



平成27年度
開発途上国のコミュニティビジネス開発と日本の対応
報告書

2016 年 2 月

一般財団法人 国際貿易投資研究所(ITI)
INSTITUTE FOR INTERNATIONAL TRADE AND INVESTMENT

平成27年度 (一財) 貿易・産業協力振興財団 助成事業

はじめに

日本政府は政策課題の1つとして、「地域創生」を提示している。地域経済の活性化と地域の環境と福祉の向上を図ろうとする動きは、現在では国際的動向でもある。リローカリゼーション（地域回帰）への視野の転換と、それにともなう地域経済の再構成（REconomy）へ向けて、コミュニティビジネスは世界でも新しい興隆の時代を迎えようとしている。

日本でも各地でコミュニティビジネスが開発され、一つ一つは小さいものの全体ではこれら地域起こしプロジェクトに大きな投資が回るようになっており、今後の政策措置を通して一層活発化していくであろう。

前年度（平成26年度）に実施した「中小企業の参入を促すBOPビジネスモデルの調査研究」の結果、BOPビジネスの成功は、現地企業のみならず、コミュニティの市民の参画（NPO・NGO）、現地自治体、そして日本側など多様な主体の協力・協働の展開が大きく影響することが浮き彫りになった。とくに現地コミュニティにおける家計の成り立ち、教育やインフラ、人材供給、原材料調達の至便性、市民からの協力と参画などが成功を左右する度合いが大きい。そこでコミュニティ開発を成功させる環境の経済・社会的成熟とともに歩む途上国のコミュニティの現状と、日本の地域の中小企業の視点に注目しつつ、日本の対応について検討した。

途上国におけるコミュニティビジネスの開発は、地域課題解決としての「開発協力」と収益事業としての「ビジネス」との新しい接点を探ることでもある。そうした視点から、「政府・地方自治体」、「企業（中小企業）」、「NPO（NGO）」の3セクターとの協働による新しいコミュニティビジネスのあり方を分析し、政策提言を行なうことを目的に本調査研究を行なった。

- この問題意識のもと、（一財）貿易・産業協力振興財団の助成を得て、（一財）国際貿易投資研究所では、平成27年度下記の陣容による研究会を組織して、経験者、専門家、実務者を招いて5回の会合を重ねて議論を深め、関係筋への提言をまとめた。

[開発途上国のコミュニティビジネス開発調査研究委員会]

座長 長坂 寿久 元拓殖大学教授／（一財）国際貿易投資研究所客員研究員

委員・伊藤 道雄 アジアコミュニティーセンター21 代表理事

・井上 礼子 NPO 法人 パルシック 代表

・大野 泉 政策研究大学院大学教授

・福澤 郁文 APEX Asian People's Exchange 副代表理事

・松井 和久 松井グローバル代表

・箕曲 在弘 東洋大学社会学部社会文化システム学科専任講師

・湯澤 三郎 (一財) 国際貿易投資研究所 専務理事

・大木 博巳 同国際貿易投資研究所 研究主幹 (事務局)

・藪中 愛子 日本貿易振興機構 (オブザーバー)

なお、本委員会の開催状況は以下のとおりである。各委員からの報告を中心に議論・分析を行なったが、委員以外での報告者は、第4回委員会での田中 直 (APEX 代表) および近藤隆 (横浜市国際局国際協力部国際協力課課長) の各氏である。

●調査研究委員会の開催状況

第1回：6月15日 (月) 13:00～15:30

テーマ：日本の中小企業の新しい海外展開の動きと途上国のコミュニティビジネス

- (1) 研究会の目的、等：ITI 湯澤専務理事
- (2) 自己紹介
- (3) 研究会の目的と進め方について：長坂 寿久座長
- (4) 報告者：大野 泉 委員 (政策研究大学院大学教授)
「町工場からアジアのグローバル企業へ ― 中小企業の海外進出戦略と支援策」
- (5) 討議
- (6) これからの進め方について (日程調整、次回テーマ等)

第2回：7月27日 (月) 14:30～17:00

テーマ：フェアトレードとコミュニティビジネス

- (1) 報告：ラオスのコーヒー生産者の事例紹介 ― ラオス南部ボーラヴェーン高原におけるコーヒー栽培農家の生活と協同組合とコミュニティビジネス
報告者：箕曲 在弘委員
- (2) 報告：東ティモールにおけるフェアトレードとコミュニティ開発

報告者：井上礼子委員（パルシック代表）

(3) 討議

第3回：9月14日（月）14：30～17：30

テーマ：途上国での一村一品運動の展開とコミュニティビジネス

(1) 報告：開発途上国における一村一品運動の展開—その成果と課題

報告者：松井和久委員（松井グローバル代表／JAC Business Center シニア アドバイザー）在ジャカルタ（当時）

(2) 討議

第4回：10月28日（水）14：30～17：30

テーマ：途上国の適正技術開発とコミュニティビジネス

(1) 報告：途上国への適正技術移転と日本の中小企業—APEXの事例

*APEXのインドネシアの事例紹介（バイオマスエネルギー／排水／木炭等）

報告者：田中直（APEX代表）、福澤郁文委員

(2) 報告（案）：自治体の取組み事例について—横浜市 Y-PORT の事例

報告者：横浜市国際局国際協力部 国際協力課課長 近藤 隆

(3) 討議

第5回：11月16日（月）14：30～17：30

テーマ：途上国のコミュニティ開発と地域リーダーネットワーク

(1) 報告：アジアの NGO と地域リーダーのネットワーク

報告者：伊藤道雄委員（アジアコミュニティーセンター21 代表理事）

(2) 報告：ブラジルにおける自治体のコミュニティビジネスの立ち上げ（地域通貨・保険等）

報告者：大木博巳委員（ITI 研究主幹）

(3) 討議

第6回：12月17日（水）10：00～13：00

テーマ：政策提言に関する総合的討議

(1) 各委員からの報告と討議

●本報告書に収録した各章の執筆者は以下のとおりである。

第Ⅰ部 調査研究のフレームワークおよび まとめ・提言（第1～3章） 長坂 寿久

第Ⅱ部 各論

第4章 途上国コミュニティビジネスと日本の中小企業の海外展開 大野 泉

第5章 一村一品運動の教訓とコミュニティビジネス 松井 和久

第6章 フェアトレード生産者の実態を通して見たコミュニティビジネスのあり方
箕曲 在弘

第7章 途上国と地域との協働作業としてのコミュニティビジネスを考える
——適正技術開発を中心に 福澤 郁文

第8章 コミュニティビジネスと NGO の役割
——フィリピン CARD MRI の事例から——

伊藤 道雄

巻末資料

1. 自治体の取組み事例——横浜市 Y=PORT について 近藤 隆

2. アジア地域に適したコミュニティ排水処理システムの開発と普及 田中 直

3. パルマス銀行——ブラジル初のコミュニティ銀行 大木 博巳

本報告書が関係各位にとりいささかのお役にたてれば幸いである。

平成28年2月

（一般財団法人）国際貿易投資研究所

目 次

第Ⅰ部 調査研究のフレームワーク およびとりまとめ・提言	1
要 約	1
第1章 コミュニティビジネスの定義とアプローチ	1
第1節 コミュニティビジネスの定義——日本における定義を中心に	1
第2節 開発途上国のコミュニティビジネスの定義について	3
第3節 3セクター協働アプローチによる政策提言 ——政府／行政・企業・NPOの3者（3セクター）協働アプローチによる取組み	6
第2章 開発途上国のコミュニティビジネス構築への分析フレームワーク ——本委員会で取り組んだ分析テーマ	9
第1節 企業イニシアチブ——途上国のコミュニティビジネスと日本の中小企業 ——大野 泉委員報告からの示唆	11
第2節 地域人材育成アプローチ——一村一品運動の教訓——松井和久委員報告からの示唆	12
第3節 適正技術開発アプローチ——途上国技術と先進技術の融合 ——田中 直 APEX 代表、および福澤郁文委員報告からの示唆	13
第4節 コミュニティ開発アプローチ——フェアトレード・ビジネスモデルの有効性 ——井上礼子委員報告からの示唆	15
第5節 フェアトレードビジネスモデル・アプローチ——フェアトレード生産者の実態と フェアトレードの課題——箕曲在弘委員報告からの示唆	17
第6節 コミュニティバンク・アプローチ——地域金融システムの構築と NPO ——伊藤道雄委員および大木博巳委員報告からの示唆	20
第7節 地方自治体イニシアチブ——横浜市の Y-PORT について ——近藤 隆氏（横浜市国際協力課長）報告からの示唆	22
第3章 政策提言	23
第1節 コミュニティビジネス支援への体系的・総合的なプラットフォームの構築 ——コミュニティビジネスの「ジャパン・プラットフォーム」を——	23
第2節 プラットフォームを構成するイニシアチブとアプローチ	26

第Ⅱ部 各論	37
--------------	----

第4章 途上国のコミュニティビジネスと日本の中小企業の海外展開 ——「都市づくりパートナーシップ」の提案——	37
---	----

要 約	37
第1節 問題意識——「新しい国際化」の時代	37
第2節 途上国における持続可能な都市づくりの重要性	39
第3節 途上国の持続可能な都市づくりにおける、日本の中小企業と地方自治体の役割	42
第4節 示唆と提言——内外の「つながり」をつくる	48
<参考文献>	53

第5章 一村一品運動の教訓とコミュニティビジネス	55
--------------------------------	----

要 約	55
第1節 はじめに	55
第2節 日本の地域振興と一村一品運動	56
第3節 世界へ広がる「一村一品」	60
第4節 地域づくりとモノづくり	62
第5節 コミュニティビジネスにおける地域住民と外部者	64
第6節 おわりに	68
<参考文献>	70

第6章 フェアトレード生産者の実態を通してみるコミュニティビジネスのあり方 ——農家のことを「よく知る」とは何を意味するのか——	71
---	----

要 約	71
第1節 はじめに	71
第2節 ラオスコffee産業の概要	73
第3節 フェアトレード生産者組織	74
第4節 生産者組織と仲買人	75
第5節 発展途上国の農村を対象としたコミュニティビジネスの可能性	80
<参考文献>	81

第7章 途上国と地域との協働作業としてのコミュニティビジネスを考える	82
--	----

要 約	82
第1節 はじめに	82
第2節 バングラデシュにおける現地に適合的な排水処理技術の導入と普及事業の形成	83

第3節 持続可能な開発目標 SDGs の掲げる目標と私たちのチャレンジとその責務	91
第4節 日本の地域と世界を結ぶ『そんなプロジェクト』	93
第5節 おわりに	97
<参考文献>	98
 第8章 コミュニティビジネスと NGO の役割 ―フィリピン CARD MRI の事例から―	99
要 約	99
第1節 はじめに	99
第2節 コミュニティビジネスとは?	100
第3節 CARD MRI の概要	101
第4節 CARD MRI のコミュニティビジネスへのアプローチ	104
第5節 まとめ：コミュニティビジネスにおける NGO の役割	108
 巻末資料	111
1. 自治体の取り組み事例 ―横浜市 Y=PORT について	111
2. アジア地域に適したコミュニティ排水処理システムの開発と普及	120
3. パルマス銀行 ―ブラジル初のコミュニティ銀行	129

第Ⅰ部 調査研究のフレームワーク およびとりまとめ・提言

開発途上国のコミュニティビジネス開発調査研究委員会

座長 長坂 寿久

要 約

コミュニティビジネス（CB）は、近年国際的にも興隆している地域活動／運動である。日本では衰退した地域の経済的活性化を模索するビジネスモデルとしての認識が強いが、世界ではもっと深い新しい取組みとして（リローカリゼーション、REconomy など）取り組まれている。その中で途上国のコミュニティビジネスと日本との関わり方について調査研究し、政策提言するのが本委員会の目的である。

委員会では、主体別（企業、NPO、地方自治体、政府など）と、課題別（人材、技術、資金、市場アクセス）の視点からテーマを設定し、「政府・企業・NPO」の3セクターの協働アプローチに基づき分析した。

その結果、途上国のCBとは、開発協力とビジネスとの接点を模索するビジネスモデルであり、そこに今後新しい多様なビジネスチャンスと共に、日本の開発協力への新しい道が拓かれていることを認識した。

政策提言として、途上国のCBを多様なアプローチから支援する総合的・体系的なプラットフォームを構築し、様々な角度から、支援やビジネスのあり方を見直す必要を提言した。

第1章 コミュニティビジネスの定義とアプローチ

第1節 コミュニティビジネスの定義——日本における定義を中心に

経済産業省の研究会は、「コミュニティビジネス」（以下CB）の定義を「地域社会の課題解決に向けて、住民、NPO、企業など、様々な主体が協力しながらビジネスの手法を活用して取り組む」ものとしている。そしてCBとソーシャルビジネス（以下SB）とは同じ意味として定義している。

経済産業省は地域社会の「課題」として、「環境保護、高齢者・障害者の介護・福祉から、

子育て支援、まちづくり、観光等に至るまで多種多様な社会的課題が顕在化しつつあり」と例示し、CB/SBの推進によって、「行政コストが削減されるだけでなく、地域における新たな起業や雇用の創出等を通じた地域活性化につなげることを目的とする」と説明している¹。

また、関東経済産業局はCBについて、「地域資源を活かしながら地域課題の解決を『ビジネス』手法で取り組むものであり、地域の人材やノウハウ、施設、資金を活用することにより、地域における新たな起業や雇用の創出、生きがいを生み出し、地域コミュニティの活性化に寄与するもの」としている²。

この2つの定義の内容は同一といえるが、具体的には起業や雇用の創出などにもなう「地域（コミュニティ）の活性化」がゴールとなっている。この2つの定義は、日本国内でのビジネスモデルを前提とした定義ではあるが、ポイントとして、次のように整理できるであろう。

- ① 課題解決性——地域の課題解決に取り組む事業であること
- ② 事業（ビジネス）性——ビジネスとしての自立性・収益性・継続性が前提となる
- ③ 地域性——特定の地域（コミュニティ）を対象とする
- ④ 多様な主体の協力性——住民、NPO、企業、自治体、政府など多様な主体の協力・協働
- ⑤ 地域資源の活用性——“地域の”人材、ノウハウ、施設、資金の活用を図る
- ⑥ 市民参加性——「コミュニティの活性化」や「生きがい」に寄与しうするためには、市民の参画および市民によるイニシアチブが必須
- ⑦ 地域の活性化——CBの目的である「地域の活性化」は2つの側面で捉えられる。1つは「地域社会」の活性化、もう1つは「地域経済」の活性化である。前者は、「相互扶助精神とシステムの再構築」であり、後者は経済の「地域内循環」の構造（地域の富がグローバル経済によって外へ漏洩してしまうのではなく、地域内に蓄積されるシステム）を再びつくり上げていくことである。

日本国内のCBについてはすでに多くの成功事例が報告されており、全国的に活発な取り組みが行なわれている。

第2節 開発途上国のコミュニティビジネスの定義について

上記の定義は、日本的（先進国的）アプローチの側面を強く示しているといえるが、開発途上国にこの日本の定義を応用するとどのような新しい定義と意味をもつものになるだろうか。途上国にはCBを受け入れる上での障害となる課題があり、先進国でのCBと異なるアプローチが必要である。途上国のCBについては、とくに以下の点が指摘できよう。

(1) 「課題解決」性について

先進国と途上国の課題には、同じ課題があるとしても、その緊急度や取組みの優先性には大きな違いがある。日本でCBが語られる時、そこにはシャッター街となった商店街の活性化など、地域コミュニティの経済的弱体化への対応がまず上げられている。これに対して、途上国では貧困削減（雇用促進と所得向上）や環境問題（生活環境を含む）と共に、「自立支援（エンパワーメント）」などがまずは指摘できるであろう。

(2) 「事業（ビジネス）」性について

CSはビジネスであり、そのため自立性、収益性そして継続性の確保が前提となることはいうまでもない。しかし、途上国での「事業」展開には、市場・技術・資金・人材へのアクセスが壁となっている。事業内容も、日本では福祉（高齢化・障害者等）サービスや、国内のニッチ市場を目指した地域商品・サービスの開発などが中心的テーマとなるが、途上国では農産物加工、伝統工芸、換金作物などの生産プロジェクトや、コミュニティ全体の環境保全や保健・医療関係などへの対応に関する商品・サービスが中心的な事業になるとみられる。

(3) 「地域」性について

地理的な地域としての特定のコミュニティへ向けた活動が課題解決や事業の対象となる。具体的には地域（コミュニティ）の貧困削減（所得向上）と自立支援を目指すことになる。日本ではCBは「地域（経済）の活性化」が目標として中心的に把握されているが、途上国では、目指すものは共同体機能の強化、つまりエンパワーメントと相互扶助の強化を通して、自立的・内発的な発展ができるようになることである。

このように途上国でのCBは、コミュニティ開発につながることで、つまりプロジェクト（事業）を行なうにしても、コミュニティの人々の参画に努めることが前提となる。コミ

コミュニティ開発とは、上記のように、雇用と所得の向上、技術移転のみならず、教育（学校、図書館など）、医療（診療所など）、集会所などの建設や、道路や水（井戸など）等のインフラの改善などを含むが、住民のエンパワーメントの向上につながるものがとくに期待される。

(4) 「多様な主体の協力性」について

政府・地方自治体、企業、NPO・NGOなどの多様な主体の協力・協働が開発途上国でのCBでは一層重要となる。とくに強調したいのは、これら3セクターの協力・協働は、開発途上国のCBでは、自国（日本）と相手国の6セクター間の協力・協働の可能性をもっているという点である。まして、国際的（多国間）機関やNPO（NGO）や企業との協働へ進展していく可能性をもっているため、途上国のCBでは、まさに多様な協力・協働がベースとなるということであり、適切なパートナー（協働相手）の発見がCBの重要な成功要因となる。

多様な「主体」の役割について、開発途上国におけるCBについては、いくつか強調してとくべき点がある。

1つは、企業の役割である。日本企業にとっては開発途上国への投資となるため、大企業もかかわるであろうが、同時に中小企業の関与が双方にとって中心的主体となる可能性がある。また、企業による「課題」への取り組みという点では、企業が社会の課題解決に関わるという新しい経営（システム）論が、すでに十数年来「CSR（企業の社会的責任）」経営論として、どの企業にとっても取り組むべきものとして登場し定着しつつある。コミュニティビジネス（CB）やソーシャルビジネス（SB）への取り組みは、企業のCSRへの取り組みの一環としても強調されている。

2つは、政府・地方自治体の役割である。途上国のCBを捉えるには、政府開発援助（ODA）などの政府・自治体による支援策や援助機関は重要な担い手の1つとなる。先進国側であれ途上国側であれ、収益性を重視する民間企業が貧困削減、保健医療、環境改善などの課題解決事業に継続的に取り組むには、ODAや多様な援助機関との協働による取り組みは重要な意味をもつ。

3つは、市民の参加性、つまりNPOの役割の重要性である。CBの場合にはとくに地域の人々の自主性（オーナーシップ）、自立性（エンパワーメント）の獲得が重要となる。

「自主的・自立的な地域の人々の参画」といった場合、それは具体的には地域の課題に取

り組んでいる NPO・NGO が中心的な主体となることを意味する。NPO・NGO とは、社会課題解決を目的として活動する市民の自主的団体のことだが、途上国では地域の農村などでの生産者の協同組合なども含む。また、地域的な市民団体（NPO）のみならず、全国的あるいは国際的 NPO（NGO）も含む。

(5) 地域資源の活用性について

開発途上国での CB 開発には、途上国の地域が抱える課題として、人材、技術、資金、市場へのアクセスなどの欠落が大きな問題となる。「人材育成に当たっては、地域内に眠っている人材の発掘と共に、まずはリーダーの育成が重要である。「技術」は自分たちにある技術を踏まえた先進国の技術を融合した適正技術開発を行ない、「資金」の問題は地域にある資金を地域で循環するような地域内循環（REconomy、後述）の仕組みに変えていかねばならない。そして「市場へのアクセス」には、人材育成、適正技術開発、資金の問題と同様、外部者との連携によって取り組んでいく必要がある。

(6) 市民参加性について

途上国での CB を有効に進めるためには、地域の内発的イニシアチブが必要である。CB プロジェクトには地域ニーズの把握、地域住民との協働性の確保、民主的運営、コミュニティのエンパワーメントの向上など、地域住民を中心とする市民セクターが運営上の主導権を確保することが重要な意味をもつ。市民参加とは具体的には市民グループとしての NPO となる。NPO が主体的役割を果たすことで、1 つは地域のオーナーシップ（関与）の確保と共に、もう 1 つはコミュニティ開発の持続性（活動・事業の継続・普及）を担保する上で重要であると共に、リーダーのネットワークも形成される。NPO の関与によって、共同体（コミュニティ）としてのネットワークの強化と共に、外とのネットワークの形成を図ることができる。実際に、CB のほとんどの事例において NGO は強く関わっている。

(7) 地域の活性化について

地域の活性化とは、前述のように、2 つの側面で捉えることができる。1 つは地域内の相互扶助の精神とシステムの回復、もう 1 つは地域内に富の循環ができるように、グローバル経済から地域循環型経済へ作り直していくことである。これは世界の NPO (NGO) たちが近年世界的に追求している新しい活動としての「リローカリゼーション（地域回

帰)」³の動きの中での「REconomy」（経済の再構成）と呼ばれる活動と軌を一にするものである。

グローバル化し、中央集中型、大企業型となっている世界経済を、地域において経済の再循環（富の地域内循環）を促すような、「経済の再構成」（REconomy）を図ろうとする活動である。この背景には、経済のグローバル化が富の集中を産み、格差の拡大をもたらしていることや、地球環境破壊をもたらしている現状への危機感がある。

途上国の CB については、日本で捉えられているような地域経済の活性化を切り口とした新しいビジネスを追求する視点から、新しい経済の仕組み（再構成）を CB という言葉を通して追求する立場まで幅広くあるといえる。しかも、それは日本にとっては（とくに企業や政府・行政関係者にとっては）、途上国市場について、「地域」という新しい視野を入れ込もうとする視点から、地域の住民（市民）こそが主体（地域住民イニシアチブ）であり、地域の人々が主体的に参加・推進する内発的力をつけるために（現地側のオーナーシップとエンパワーメント）、外部者としての日本の企業（中小企業）や NPO や、そして日本政府・地方自治体は何をすべきかという役割論までの幅がある。

当調査研究委員会での議論は、その間を縦横に駆けめぐったが、次第に後者への理解を深めていくことになったことはいうまでもない。

そして、その延長線上で、「地域住民が自律的に地域振興を進めて自分たちのコミュニティを守っていくために、国境を超えたコミュニティがビジネスの形で協力し合うことも視野に入れるべき時が来ているように思える。例えば、日本の地域住民によるコミュニティビジネスが、インドネシアの地域住民によるコミュニティビジネスと結び合って、共同で生産したり販売したりし合えるような関係づくりを目指す」（第 5 章）といった認識である。

つまり、途上国のコミュニティビジネスとは、開発協力とビジネスの接点をさぐり、現地側のコミュニティの人々を巻き込む努力をしつつ、チャレンジすることである。

第 3 節 3 セクター協働アプローチによる政策提言

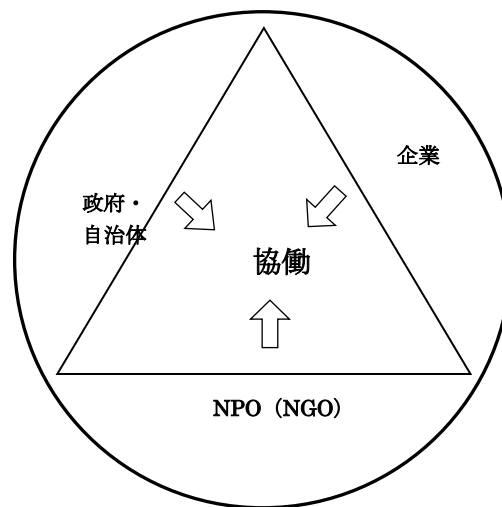
——政府／行政・企業・NPO の 3 者（3 セクター）協働アプローチによる取り組み

本委員会の目的は政策提言にあるが、上記に述べたコミュニティビジネス（CB）の特質

から、分析や政策提言へのアプローチとして、「3セクターアプローチ」をとることとする。政府／行政・企業・NPOの3つのセクターの視点から捉え、3セクターによる協働の可能性について分析するアプローチである（この3セクター合意（協働）モデルは「オランダモデル」といわれている）⁴。3つのセクターが協調・協働して取り組むアプローチによって、上記で述べたCBの起業力、つまり課題解決性、事業性、地域資源の活用性、市民の参画性などを一層はつきりと分析することができる。

いうまでもなく、3者は各々の役割においてその特質を発揮し、独自でCBに取り組むこともあるし、2者の協働で取り組む場合もある。つまり、政府・自治体中心、企業中心、NPO中心から3者融合で取り組むべきものまで、3者の関わり方には多様なパターンがあろう。しかし、本委員会では、3者の協働アプローチの視点を重視することによって、政策提言にも新しい視野が開けるのではないかという仮説を踏まえることとした。

図1-1 3セクターの合意形成（協働）モデル（オランダモデル）



日本では、これまでビジネス（企業）が市民社会団体（NPO）と協働する発想は十分認識されてきたとはいえない。政府が行なう「援助」が中心的な役割を果たすケースから、企業が単独で事業としてリスクを引き受けて推進するケースまで多様に広がっているが、本委員会では、NPOも重要なアクターとして常にNPOとの協働の可能性を捉えてみる発想を組み入れて検討することとしたのである。

また、本分析の視点として、その他にいくつか指摘しておきたい。

第1にインフォーマルセクターの重要性である。開発途上国でのCBを検討するには、

インフォーマルセクターへの視野も必要である。その視野をもっているのが NPO である。インフォーマルセクターは、近代産業部門（フォーマルセクター）での活動ではなく、都市部であれば、ゴミ山（集積所）で再生資源を探して生活している人々、リヤカーなどで営業している廃品回収業者、路上での露天商や飯屋や、自転車修理業、人力車、輪タクなどの輸送業、内職的な家内縫製業などが上げられよう。農村部では、プランテーション農業や協同組合などに組み込まれていない伝統的な農業部門は依然多くあり、そこで多くの人々が暮らしている。これらインフォーマルセクターへの視野は、CB 開発には必須のものである。

第 2 に、CB を推進・育成するには、中間支援団体の役割の重要性をとくに指摘しておきたい。「中間支援団体」とは、「CB の事業者支援のため協働可能な期間やメンターとのネットワークを有しており、人材、資金、起業や経営のノウハウ（持続可能なビジネスモデルの構築、地域におけるネットワーク構築、マーケティング等を含めた事業マネジメント、組織管理等）、その他必要な情報や人脈を直接または仲介役として間接的に CB 事業者を提供する機関」（前掲経済産業省）である⁵。

具体的には政府や地方自治体、あるいは国際的な援助機関であったり、企業やコンサルであったり、NPO であったり、それを率いる地域のリーダーであったりする。企業が投資活動としての責任をとるとしても、先導役、仲介役、伴奏者、ファシリテーター役としての、政府支援機関、地方自治体、内外の NPO、国際機関などが、中間支援団体の役割を担いうる可能性がある。これも 3 セクターの協働アプローチにより分析を行なう理由の一つである。

第 3 にネットワーク形成の重要性である。3 セクター間のみならず、コミュニティの住民内、さらにコミュニティ間、広域的（アジア地域、国際的など）な多国間などのネットワークの形成がプロジェクトの力強さと広がりを決定するものとなる。とくに途上国での CB は、途上国と先進国（日本）の各々のコミュニティ間の協働アプローチであるケースが今後進展してくる可能性がある（横浜市の Y-PORT について、第 4 章および巻末資料参照）。

ネットワーク化の中でもとくに身近な関係者のグループ化は CB 成功の重要な要因となる。CB は地域で同じ事業を行なっている人々が、グループ（任意のグループや協同組合など）をつくって取り組むことが手法の一つとして重要である。コミュニティの中で個々の人々がばらばらに事業を行なうのではなく、グループを組み、協同で事業を行なうことによって、機械機器などの共同使用や原材料の仕入れ力を強めることによって、仲介業者との交渉力も高まり、市場へのアクセス力も強まるなど、自主的な努力が束となり、コミュニティ

の力を強めることにつながる。

「コミュニティビジネス」とは、個々が別々に取り組むよりも、協働によってクレジット
力、マーケットアクセス力を強めることによって自立力・継続力を強めることができるビジ
ネスである。グループ化/ネットワーク化が CB の可能性を拓けることになる。

第2章 開発途上国のコミュニティビジネス構築への分析フレームワーク ——本委員会で取り組んだ分析テーマ

本委員会での分析のフレームワークについては次の2点を想定した。1つは、開発途上国
の CB に取り組むには多くの障壁があるが、とくに①人材へのアクセス、②資金（クレジット）
へのアクセス、③市場（マーケット）へのアクセス、④適正な技術へのアクセスが大きな
障壁となっている。その障壁別アプローチ（以下の<<テーマ別>>）。

2つは、CB への取組みの主体は、企業、政府・地方自治体、NPO などであり、同時にこ
れらの協働が CB をダイナミズムあるものにする。そこで、これら主体別分析と共に、協働
形態別分析のアプローチもとるよう心がけた（以下の<<主体別>>）。

本委員会で行なった分析アプローチ（テーマ）は以下のとおりである。

<<主体別>>

(1) 企業（中小企業）イニシアチブ——日本の中小企業とコミュニティビジネス

主体別の内、企業はとくに中心的主体となることはいうまでもないが、本研究では「企
業」とはとくに日本の中小企業を想定していることから、日本の中小企業の視点からみた
CB へのアプローチを分析する。（第4章参照）

(2) NPO イニシアチブ——住民参加は途上国の CB においては必須である。住民主体の
地域事業が CB であり、地域住民が企業的経営感覚をもつことが持続性の前提となる。住
民参加の主体は NPO であり、住民は NPO を通して企業や政府・自治体と接し、企業経
営感覚も涵養しうることになる。開発途上国の CB を分析してみると、そのほとんどに
NPO が関わっており、本報告で提供する各事例において、NPO の役割を分析すること
ができた。（詳細は第4章以下の各論を参照）

(3) **地方自治体イニシアチブ**——地方自治体による開発途上国の CB への取組み事例としては、北九州市、横浜市などの取組みが知られている。本委員会では横浜市の Y-PORT の事例を検討した。(巻末資料および第 4 章参照)

<<テーマ別>>

(4) **地域人材育成アプローチ**——CB は地域住民の人材育成が大きな課題である。コミュニティ開発における人材育成問題は各章で触れていくが、とくに途上国の「一村一品運動」の事例で、この点を中心に分析した。(詳細は第 5 章参照)

(5) コミュニティ開発アプローチ

コミュニティ開発の視点から、フェアトレードやコミュニティバンクなどについて分析した。コミュニティ開発としてのフェアトレード・ビジネスモデルの有効性を確認した。(詳細は第 2 章第 4 節参照)

(6) 市場（マーケット）アクセス・アプローチ

フェアトレードの取引システムについて検討した。とくに現地農民（生産者）との取引関係について、現地側の人々の思いを踏まえたシステムの構築について、ラオスの事例報告を踏まえて検討した。(詳細は第 6 章参照)

(7) 適正技術開発アプローチ

途上国の CB 開発の課題の 1 つは、技術不足である。しかし、現地にも昔からの技術があり使われている理由がある。その現地技術に先進国の先端技術を融合した新しい適正技術開発の必要性について、インドネシアの水処理技術の事例の報告をもとに検討した。(詳細は巻末資料 2、および第 7 章参照)

(8) **コミュニティバンク・アプローチ**——途上国の CB の課題の 1 つは地域資金（クレジット）の欠如である。貧困者層や農家の人々も、資金（クレジット）にアクセスできる仕組みが必要である。それには地域資金の動員と、それらを地域の人々にクレジットする地域循環型の金融システムの構築が必要である。すでにマイクロクレジット手法や信用貯蓄組合（クレジットユニオン）など、地域金融の仕組み（コミュニティバンク）づくりが、多くの途上国のコミュニティで行なわれている。委員会では、フィリピンおよびブラジル

などで、NPO・NGO が取り組んでいる事例を検討した。(第 8 章および巻末資料 3 参照)

本委員会での各報告の詳細は第Ⅱ部 第 4 章以下の各章を参照されたい。以下は委員会における報告と議論を踏まえ、主なポイントを紹介するが、とりまとめ内容は、報告内容の要約ではなく、座長である筆者（長坂）の視点（政策提言向け）からの要約であり（筆者のコメントを含む）、文責は筆者にある。

第 1 節 企業イニシアチブ——途上国のコミュニティビジネスと日本の中小企業 ——大野 泉委員報告からの示唆

「日本の中小企業の視点からみた途上国のコミュニティビジネス」について検討した（詳細は第 4 章参照）。

21 世紀型の社会とビジネスにパラダイムシフトが起こっているが、その 1 つが地方（日本）と地方（途上国現地）が直接、経済活動を通じてつながる時代となっていることである。日本の中小企業も、大企業にくっついて進出する関係ではなく、中小企業が主役であり、地方が主役となる関係へ、すなわち日本の地方から直接的に積極的に開発途上国の地方とつながる関係をつくりあげていく、新しい開国の時代を迎えている。

CB の推進には、プロジェクトのリーダー的存在となるもの、ネットワークハブとなるものの存在が必要である。つまりリーダーのネットワークである。それは同時に、リソースを動員するネットワークともなる。リーダー役には、自治体、NPO（NGO）、企業など、いろいろなパターンがある。他方、動員すべきリソースとしては、自治体、企業、NPO、若者、留学生、JICA/JETRO 等の様々な支援スキーム、現地の知日人材・組織（例えばタイ TPA や TNI など）、現地居住の日本人、等である。

本委員会の主旨は、開発途上国のコミュニティビジネスに対して、日本（企業、NPO、自治体など）はいかに関わるべきかについて検討することにあるが、日本の役割とは、外部者の役割である。外部者の役割は、競争力や市場性（品質・デザイン・ブランディング、マーケットアクセスなど）を支援することであるが、そのためにはまず多様な担い手をつなぐ役割、つまりハブ的組織としてつながりを生むリーダー的役割を果たすことである。すなわち中間支援組織となる役割である。コミュニティをまとめ、外部とのつながりを切り開くために、様々なリソースを動員し情報収集することによって、具体化にむけたネットワークハブ

となるのが日本側の役割となる。

CB を推進するイニシアチブは日本発・現地発、どちらでも（双方向）ありうるが、途上国コミュニティからのイプットは不可欠である。しかし、実際的には途上国に不足しているリソースをどう補完するかということが課題となる。それらは、グローバルコミュニケーション能力、現地ネットワーク、情報、資金、技術、市場へのアクセス力、等々である。但し、重要なのは現地に不足しているリソースを数え上げるのではなく、現地がもっているリソースや価値を再発見するのが、途上国で CB を推進する外部者（日本側）の役割である。

また、各機関がもつ知識・情報を迅速に共有しあう仕組（効率的なたらい回し）、現地との人材ネットワークを組織を超えて共有する仕組づくりが重要となる。

日本の中小企業においても、新しい直接投資のあり方として、開発途上国のコミュニティ開発への意識を組み入れていく必要がある。途上国のローカル（地域）の中小企業と協働することの意義とその事業性が広がっている時代となっているという、新しい認識をもつ必要がある。

中小企業の海外展開として、例えば都市間連携や農業／農村コミュニティへの投資という考え方も可能性が広がっている。その際に日本の中小企業がコンタクトすべき機関の存在や、これまで来日した多くの途上国からの研修生（JICA、旧 AOTS、HIDE などでの研修）の各国の同窓会組織とのネットワークが重要な意味をもつ時代となっており、そうしたネットワーク構築へ ODA などの支援を行なうことが重要である。

第 2 節 地域人材育成アプローチ——一村一品運動の教訓——松井和久委員報告からの示唆

「一村一品運動の視点からみたコミュニティビジネス」について検討した（詳細は第 5 章参照）。

大分県から始まった「一村一品」運動は、日本の開発協力の一環として途上国へも普及努力が行なわれた。それ自身は本来のコンセプトとは離れ、行政イニシアチブによるコミュニティごとの商品づくりとして把握された面もあり、本来の意義が十分認識されたかどうかは問題があった。

一村一品運動は、1 つの村が特産品を 1 つ作るという文字通りの意味でしかとらえられず、それを促進する県の意向が強く反映され（トップダウン）、そのため一過性のプロジェ

クトに終わってしまうところが少なくなかった。

一村一品運動の本来の主旨は「住民イニシアチブ（住民主体）」による村づくりである。つまり、一村一品運動とは、「品（モノ）」づくりよりも、「村（地域）」づくりが主旨であり、一村一品運動のインプリケーションはコミュニティに「内発的イニシアチブ」をつくりあげることである。大分県は、「一村一品運動をいわば地域振興マネジメント手法として活用」したが、その際最も重要なのが「地域リーダー」の育成である。すなわち「一村一品運動とは、人材育成である」ということである。

「住民が自ら正しく課題・問題を把握し、何らかのアクションが必要であることを本当に納得し、自分から能動的にビジネスを行うように促す」ことなのである。国内で起こった一村一品運動の成果の 1 つは、この「運動を通じて作られた地域リーダー間のネットワークが全国に広がり、全国の地域リーダーが結びついていった」と指摘されている。

途上国の CB に関して一村一品運動の意味を考えることは、本来のこの運動の主旨である「地域づくり」が目的であることを確認し、住民が主役であることを再認識することであると共に、その推進における「外部者」（例えば日本など）の関わり方を問いかけることである。

コミュニティの住民自身が課題・問題を正しく認識するために、「外部者」による適切な関わりが重要となる。そうした前提を踏まえて、日本企業や行政や NPO をはじめとする「外部者」の役割と関わり方を考えることがまず必要な姿勢である。

コミュニティビジネスに対する外部者の適切な関わり方とは、第 1 に、外部者がコミュニティの住民に対して課題・問題を教えるという形にはならない。なぜなら、住民は「専門性を持つ外部者の方が正しい」という先入観を持つ傾向があり、外部者の意向にできるだけ合わせようとするからである。第 2 に、住民が自ら正しく課題・問題を把握し、何らかのアクションが必要であることを本当に納得し、自分から能動的にビジネスを行うように促せたら、外部者が何をどう支援していけばよいかが自ずと明らかになるであろう。

第 3 節 適正技術開発アプローチ——途上国技術と先進技術の融合——田中 直 APEX 代表、および福澤郁文委員報告からの示唆

適正技術開発からみたコミュニティビジネスについて検討を行なった（詳細は巻末資料「アジア地域に適したコミュニティ排水処理システム開発と普及」田中 直、および第 7 章

「途上国の地域と協働作業としてのコミュニティビジネスを考える」 福澤郁文委員報告参照 6)。

開発途上国が抱える壁の 1 つが技術である。しかし、「適正技術」という言葉（概念）は必ずしも正確に理解されていないのが現状で、むしろ誤解されてとらえられている面がある。

途上国には日本（先進国）の最高度の技術をもっていけばよいわけでは必ずしもない。逆に技術レベルの低い、あるいは単純技術のものをもっていけばいいわけでもない。日本側が現地側技術レベルに合わせて適正技術と考えて持っていても、それは必ずしも適正技術とはいえず、そこで行なわれる技術移転も有効なものとはならない。

「適正技術」とは、日本側（先進国）と現地側（途上国）の双方の技術が対峙して、両者の技術の適正な合体／融合により、現地に合った新しい適正技術開発を行なうことである。日本側（先進国）と現地側（途上国）との技術の合体（融合）によって、現地状況に最も適応可能な適正技術開発を行なうことができるのである。

つまり、適正技術とは、すでにあるものというよりも、両者の協働によって、現地に最も適切な新しい技術を新たに開発することによってもたらされる技術のことである。適正技術開発は、①安価、②運転・保守性、③品質、④電力消費が小さいこと、④場所をとらないこと、などの要素をクリアする必要がある。また、適正技術開発はその技術を使うところで開発することによって開発が可能となるという点で、基本的には「地域分散型」の開発となる。それによって自然エネルギーなどと合体したシステム全体が一層適正技術システムとなることが可能となる。

また、CB の視点からみると、使われる適正技術は河川の汚染問題などコミュニティ（公共）開発にかかわる場合は、とくに地域住民との合意形成が必須である。何故ならば、現地で使用する適正技術は運転や保守などは自動なのではなく、NPO など住民団体による管理が必要であるからである。インドネシアなどの「適正技術アプローチ」でみられるケースでは、河川の浄化システムは自分たち（地域の住民自身）が動かす技術としての適正技術であることが必要であり、そのため事前に住民との話し合いが必須であることを示している。処理施設の運転により、住民は電気代（コスト）を支払う必要があり、運転は住民がチームを作って対応し、そのための運転研修を行なうなどの人材育成が必要となる。

こうした経過を経てコミュニティの結束力が高まり、排水処理したきれいな処理水で池をつくり、魚の養殖（コミュニティビジネス）を始めたケースも紹介されている。

第4節 コミュニティ開発アプローチ——フェアトレード・ビジネスモデルの有効性 ——井上礼子委員報告からの示唆

コミュニティビジネス（CB）はコミュニティ開発である。コミュニティ開発を伴うビジネスの典型事例として、フェアトレードのビジネスモデルの事例（NPO パルシクの東ティモールのケース）を分析した（報告内容の詳細は、本報告には収録していないが、当研究所の昨年度（平成 26 年度）の調査研究報告書『中小企業の参入を促す BOP ビジネスモデル調査』「第 3 章 提言 3 フェアトレード・ビジネスモデルと BOP ビジネス」（長坂寿久、（P.52～40））に一部が紹介されているので参照されたい。

フェアトレードのビジネスモデルにはコミュニティ開発が組み入れられている。フェアトレードは価格効果やブランド効果（認証制度、品質や倫理的商品等）のみならず、コミュニティ全体のエンパワーメント効果も組み入れられたビジネスの協働システムである。

フェアトレードの目的は、開発途上国の農家など生産者を含むコミュニティの人々にエンパワーメントがつくことを目的とする活動である。エンパワーメントとは、自分の（地域の）ことは自分たちで考え解決できる能力をもつことである。

WFTO（世界フェアトレード機関）のフェアトレード基準 10 項目をみると、価格条件（適正な価格での仕入れ、最低保証価格、前払いなど）以外に、コミュニティ開発に直接的にインパクトを与えるものとして、長期的な取引関係、環境や伝統文化を大切にする、技術移転はコミュニティ全体へ、民主的運営、教育の向上、コミュニティ投資の促進（ソーシャルプレミアムを使った学校建設、井戸、診療所、公民館等々の建設など）、生産の多角化、コミュニティビジネスの育成、等がある。

委員会では、日本のフェアトレード専門団体の 1 つであるパルシクの活動の中で、東ティモールでのフェアトレード事業を分析した。パルシクは東ティモールで、フェアトレード活動としては、コーヒーの栽培・加工、次いでハーブ茶の開発を行なっている（日本でフェアトレードとして販売）。

事業としては、技術指導、生産管理指導、生産設備、資材供与を行い、売れる商品を開発し生産ができるようにする。フェアトレードの場合、市場とはまずは日本を中心とする先進国（国際市場）であるが、現在のフェアトレードはそれ以外に、地元市場、国内市場・他の途上国市場向けも対象としており、広がってきている。

東ティモールでは、フェアトレードのコーヒーやハーブティの開発のみならず、パルシク

クは住民の生計向上を目指すコミュニティ開発に取り組んできている。農村女性の起業支援および循環型農業と森林保全が中心的な取り組みである。有機農業技術や畜産技術の指導（特用林産物の技術改善と新しい商品の開発）、薪貯蔵庫、ロケットストーブ、バイオガスの導入など。また、養豚、養蜂（蜂蜜）、ハイビスカスティ、ふりかけ、おもち、ヴァージンココナツオイル、加工食品を街道沿いで販売、地域特産品開発、ピーナツバター、女性たちの縫製品を地元市場で販売、首都でも販売するに至っている。

こうした CB の成功は、まず主婦グループの組織化（女性クラブの立ち上げ）から始めている。CB には現地の人々のイニシアチブが必須であるからである。外部者は仲介者として存在しており、外部者が必要とされているところに入っていくことが必須である。それには現地の人々との関係を長期的につくっていくことから始める必要がある。

東ティモールでははげ山が多い。そのため雨期には鉄砲水が出て、通学できず、雨期が終わっても子どもたちは学校に戻らずドロップアウトしてしまう要因となっている。そこで 2012 年から取り組んだ事業は、養豚を奨励し、豚の糞を収集し、それをバイオガスとしてエネルギー（燃料）とする。そして果樹を植え、養蜂を行いハチミツを収穫するというプロジェクトを立ち上げた。

このサイクルの中でバイオガスは軌道にのったが、問題は豚にしっかりとものを食べさせないと糞もいいものが出ないことが分かった。そのためキャッサバ生産を促進し、人間の食料としてと共に、残ったものを豚の餌として提供し、よい糞を出してもらおうということになった。この結果、痩せていた豚は次第に太っていった。

豚の糞によるバイオガスは、煮炊きのガスとして使われている。山間部には電気・ガスはまったくないので、これまではエネルギーとして薪を使い、そのため森林が伐採され続けてきて、そのためにはげ山になってきたのである。バイオガス方式にすると木々を切ることがなくなり、森林保全となる。

女性グループづくりは、フェアトレードコーヒーに取り組んでいるパートナーの協同組合の女性メンバーの組織化から取り組んでいった。とくに食品加工商品の生産に取り組み、その第 1 号として 2008 年からそら豆のフライドビーンズ（ソラマメチップス）の開発を行い、首都デリのスーパーマーケットで販売を始めた。

2010 年からは、はちみつ、ジャム、野菜栽培、ハーブ作りに取り組み、2011 年にはハーブティ商品を 3 種開発、日本でも販売（ブランド名は『アロマ・ティモール』）すると共に、東ティモール国内でも販売を開始した。こうした女性たちのグループ作りをすすめ、女性た

ちに収入ができるにともない、家計管理の研修も行なった。

2012 年から、森林保全型農業の推進を開始し、薪使用量削減計画に取り組んだ。具体的には、ロケットストーブや各種改良かまどを作り、さらにバイオガスの導入をすすめてきた。家畜の糞を原料にしてメタンガスを得る。バイオマス燃料のために豚の酪農を指導し、家畜と糞の増産を図ってきた。

とくに一世帯向けの小規模な「かまど」を開発した。これだと材料はプラスチックのため安価でできる。1 日の原料投入量は牛糞だと牛 1 頭分で 4 人家族が 1 日生活するのに必要なガスを得ることができる。地域の農家の人々の理解を得るため、見学会やワークショップを根気よく行なった。薪を絶やさず獲得し運ぶ仕事や雨で薪が濡れるのを心配するのは女性の過酷な仕事の 1 つであったが、その必要がなくなる。また、植樹・植林（果樹、コーヒーの木、日陰樹など）を行い、森林を拓けていく活動も行なっている。

マウベシ郡のコーヒー生産者の女性グループの活動から始まった成功事例をベースに、2013 年からは、その範囲を拡大し、他地域での女性の起業支援事業を開始した。さまざまな女性グループを組織化し、地域で生産する特産品を決め、マイクロクレジットを提供し、着実な現金収入への道を拓くようにする。

具体的には、前述のように、養蜂や養豚で、養豚では放し飼いではなく、近代的豚舎作りを指導し、子豚を肥育し販売して現金収入を得るようにする。豚舎での飼育方法、給餌方法、病気対策、販売の情報提供を行なっている。

養蜂は、日本の養蜂家を招いて生態調査やハチミツの元となる蜜源植物の調査を行い、また木材を使った巣箱（重箱式巣箱）を作成し、集落内に設置、また丸太を使った分蜂群捕獲用待ち箱（ブンコ）の作成・設置をすすめている。

もちろん、すべてのフェアトレード団体が商品開発において、このような奥行きある取り組みが行なわれているわけではないが、フェアトレードのビジネスモデルにはこうしたコミュニティ開発志向が基盤としてある。片足を開発協力に、片足をビジネスに置き、その接点とバランスを追求しビジネスとして立ち上げるのがフェアトレードであり、CB である。

第 5 節 フェアトレードビジネスモデル・アプローチ——フェアトレード生産者の実態とフェアトレードの課題——箕曲在弘委員報告からの示唆

「ラオスのコーヒー生産者の事例紹介～ラオス南部ボーラヴェーン高原におけるコーヒ

「栽培農家の生活と協同組合とコミュニティビジネス」について箕曲委員からの報告に基づき分析を行なった（詳細は第 6 章「フェアトレード生産者の実態を通して見たコミュニティビジネスのあり方」参照）

フェアトレードの仕組みは先進国側から導入されてきたものであり、その発展にはめざましいものがある。しかし、他方ではパートナーである開発途上国の生産者（農家）の生活に本当に寄り添ったものとなっているのかどうか、コミュニティの農家の人々の思いとは必ずしも合わないところがあることが課題として指摘できる。

フェアトレードの生産者組織（協同組合など）は、「最低保証価格」、「ソーシャルプレミアム（社会的割増金）」、それに必要に応じ「前払い金」を提供し、しかも仲買人よりも高い引き取り価格を提示している。しかし、農家（事例ではコーヒー生産者農家）はこのフェアトレード組織にその生産物の全量を持ち込むわけではない。

途上国の農家（生産者）は、実は多様な現金収入源をもっている。フェアトレードコーヒーも農家にとってはその 1 つであり、家計のためにはフェアトレードは 1 つの納入先に過ぎず、家計への直接的影響は限定的であると報告されている。

ラオス南部ボーラヴェーン高原地域のコーヒー農家の場合、平均的には生産量の 3 分の 1 程をフェアトレードとして納入しており、家計へのプラス効果は 5%程度という。農家の売上金額の取得は、ラオスのケースでは、協同組合に参加する農民（組合員）は、村の加工場までコーヒー豆を運んだ後、1 週間程度して 70～80%程度の報酬を、その半年後に残りの報酬を受け取る。他方、仲買人の場合は、農民の家の前にやってくる仲買人にコーヒーを渡し、その場で報酬を全額受け取る。農民にとって、この差は大きい。仲買人への信頼感があるわけではなく、不信感強いものの報酬はすぐにくれる点が仲買人取引の特色である。

他方、協同組合の場合はなかなか報酬をくれない。取引価格に若干の差があるとしても、現金収入がすぐに得られるという点で仲買人の方がましだと農民は考えることになる。農家の売却先選択の要因は、価格や即金性だけでなく、信頼性、追加労働、規則の遵守などのさまざまな要因があるが、即金性は納入先決定の重要な要因であることはまちがいない。

途上国のコミュニティでのビジネスは人間の関係性によって成り立っている。現地（ローカル）の人間関係・社会関係を踏まえた制度にしなければならない。しかし、その中でも、金銭的な側面が優先度として高いことはいうまでもない。仲買人はその点で農民の思いと合体させることによって存在感を得ているのである。

報告によれば、フェアトレードシステムの機能強化のためには、とくに以下の 3 点が重

要であるとみられる。

第 1 には人材育成が急務であること。人材とは英語力と財務理解力で、海外の輸入者とコンタクトし交渉できる能力である。こうした人材育成は後継者人材確保として複数育成が必須であり、途上国のフェアトレード活動にとっては、こうした人材育成は緊急に必要なものとなっている。

第 2 には仲買機能の強化である。仲買機能の強化が、生産者（農家）のフェアトレードへの信頼感を醸成することになる。これはフェアトレードの認証制度（FI）においてのみならず、WFTO（世界フェアトレード機関）の参加団体の場合においても同様である。これらフェアトレード団体が資金力を付け、買取機能を強化し、生活力を支援することが重要なことと考えられる。

前記のように、農家との取引では、取引相手を信頼し、資金をタイミングよく渡していくことが重要であり、提供のタイミングが信頼感を生む。フェアトレードは、すでに最低保証価格やソーシャルプレミアムや、必要に応じた「前払い制度」を導入しており、これがフェアトレード取引を有効にしている重要な要素となっているが、もう 1 つはこの仲買（買取）機能の強化について検討する必要がある。仲買（買取）機能の強化とは、具体的には以下の点である。

- ① 買取時での即金支払い機能の強化（仲買機能／買取機能の強化）——支払いを即金で行なうシステムへ近づけていく必要がある。商品（コーヒーなど）納入時の支払い力を強めることが、今後のフェアトレードの機能にとっては重要なことである。
- ② 緊急時の生活資金の提供（金貸し機能の強化）——病気や緊急生活費（お米代など）等への対応にフェアトレードも果たすべき役割が期待されている。生産者（農家）にとっては、病気や飢饉などの緊急時における生活費の確保が重要な関心事である。また農家は収入向上をはかるために加工技術の向上をはかる必要から（コーヒーチェリーからの加工など）、機械機器の購入を行ないたいと考える時にも、資金が必要となる。途上国の農家はそうした際に対応できるよう、多様な資金源（現金収入など）の確保を踏まえて納入先を決めている。そうした緊急時の必要資金の提供に対応しているのが地域の金貸しである。フェアトレード推進団体はこうしたニーズにも対応する資金力をもつ必要がある。

第 3 に指摘できるのは、フェアトレード専門団体の中間支援的機能としての役割の重要性である。生産者が求めている「公正さ（フェア）」とは、分配（価格）におけるフェアさ

のみならず、「対等さ」、取引相手（買い手）と生産者との対等な関係性の構築である。そのためには、「生産者と共に、そして生産者に寄り添って問題を解決していくアクター」の存在が重要である。具体的には、ラオスの場合は、農家からフェアトレードコーヒーの豆を買い取るには、「協同組合を通してではあるが」外部のフェアトレード専門団体である。ラオス南部の場合は、例えば英国の OXFAM（オックスファム）や日本の ATJ（オルタナティブ・ジャパン）であるが、これら外部のフェアトレード団体の存在と役割は実に大きなものがある。「フェアトレード専門団体の役割があつてこそ、フェアトレードはフェアトレードたりうる」のである。

日本には国際的にも優れたフェアトレード専門団体が存在する。これらの専門団体の活動を支援するような新しいサポートシステムの導入が望まれる。

第6節 コミュニティバンク・アプローチ——地域金融システムの構築と NPO

——伊藤道雄委員および大木博巳委員報告からの示唆

開発途上国が直面している課題、とくに CB のレベルにおいて直面している大きな壁は資金／金融（クレジット）問題である。地域の資金をどう動員し、地域の人々にクレジットしていくかは、コミュニティバンク運動として世界各地で展開されるようになってきている。その事例として、フィリピンとブラジルの事例を検討した〔詳細はフィリピンは第8章（伊藤道雄委員）、ブラジルは巻末資料3（大木博巳委員）を参照〕。

現在ではいずれの途上国にも、マイクロクレジットの提供や、地域資金調達のための貯蓄制度、保険制度、あるいは地域通貨への取組みなどを行なう NPO（NGO）が途上国の各地に存在しており、活動をしている。

第8章で紹介するフィリピンの NPO である CARD MRI は、以下のような14からなる体系的な地域金融（コミュニティバンク）の仕組みを導入している。

- ① 農業農村開発センター（CARD Inc）——マイクロファイナンスを提供する NGO
- ② カード銀行——マイクロファイナンス銀行
- ③ カード共済保険組合——生命保険／死亡・事故・障がい・年金・退職金保険
- ④ 連帯・エンパワーメントのための責任投資金融会社——教育機関、協同組合、農村銀行などへの融資・運営
- ⑤ カード MRI 開発機構——研修・教育 NGO [2015 年から大学（カレッジ）になった]
- ⑥ カード MRI 保険代理店

- ⑦ カード中小企業銀行——中小企業への金融サービス
- ⑧ カードビジネス開発支援財団——マーケティング支援の NGO
- ⑨ カード MRI 情報技術社——データ管理会社
- ⑩ ボティ・カード社——ジェネリック薬の販売、医師・病院との協力、保険教育
- ⑪ リサール農村銀行——マイクロファイナンス銀行
- ⑫ カード金融リース社——事務機器・設備リース
- ⑬ カード・パイオニア・マイクロ保険社——マイクロ保険事業
- ⑭ マガ・リカ・ニ・イナイ社——メンバー・顧客の作ったドレス、アクセサリ、農産物加工品などを販売

これら 14 機関が提供する融資等のサービスは、例えば「小口融資」は 3 か月～1 年以内の短期返済で、融資額は約 1 万 3,000 円～39 万円、毎週の集会で均等返済する仕組みとなっており、高い返済率となっている。「貯蓄制度」として、毎週 50 ペソ（約 130 円）を貯蓄していく「義務貯金」と「任意預金」制度がある。これ以外に、預金積立金、生命保険制度、退職金共済などのクレジットシステムがある。

ブラジルのケース（大木博巳委員報告、巻末資料 3）では、ブラジルのパルメイラスにおける、NGO のパルマス銀行の事例について検討した。これもフィリピンのケースと同様、NGO によるコミュニティバンクとしてパルマス銀行の運営を行っており、生産者ローンと消費者ローンを提供している。その他に「地域通貨」やマイクロファイナンスも行なっている。

ブラジルの NGO のケースでは、コミュニティバンクは水道、道路、電気など公共事業（基礎インフラ）である生活インフラ・ビジネスへの参入も進めており、インフラを含めたコミュニティの改善を図っている。消費者ローンも提供している点に特色があるが、これは地域内で買物する人を増やし、地産地消を促進し、地域通貨などによって経済の地域回帰（リローカリゼーション）を起こそうとするものでもある。その他に、フェアトレード、簡易宿泊施設（ホテル）、地域楽団等の活動も展開している。

すなわち、経済のグローバル化によって、地域経済が中央に吸収されてしまう仕組みとなっているが、経済を少しでも地域内に循環させる仕組みへの移行、REconomy（経済の再構成）を目指している。REconomy（経済の再構成）を目指す活動は、次第に NGO 活動として国際的に拡がり、活発化してきている（「経済の再構成（REconomy）」については、注 3 参照）。

第 7 節 地方自治体イニシアチブ——横浜市の Y-PORT について

——近藤 隆氏（横浜市国際協力課長）報告からの示唆

地方自治体のイニシアチブによる途上国とのネットワークによる CB へのアプローチの事例として、横浜市の Y-PORT の事例を検討した（詳細は巻末資料 1 参照）。

横浜市は、北九州市とならび、地方自治体が開発協力に取り組んでいる主要事例を提供している。その主要な仕組みの名称は「Y-PORT」で、「横浜の資源・技術を活用した公民連携による国際技術協力（Yokohama Partnership for Resources and Technologies: Y-PORT）事業である。

自治体である横浜市役所（および市会）がイニシアチブをとって推進しているが、システムとしては、企業（大手の日揮、JFE、千代田、日立、地元中小企業等）、および政府関係機関（JICA、JBIC）、国際機関（ADB、世界銀行等）、それに NPO 的役割として研究機関である IG&S（地球環境戦略研究機関）が参加している（横浜地域の NPO の参画やネットワークはまだ弱いと感じられた）。担当部局として国際局の中に「国際協力課」を設置している。地方自治体では海外案件を扱うセクションとして「国際」課を設置しているところは多いが、国際”協力”課を設置している自治体は極めて限られる。

このプロジェクトの窓口として「Y-PORT センター」を設立しており、企業・市民（NGO）・自治体・政府関係機関・国際機関の多様な主体の協力システムとなっている。

他方、途上国との自治体間（都市間）ネットワークを「CITY ネット」という名称で構築し、また 2012 年から定期的にアジア新興国の市長や国際機関を招いて「アジア・スマートシティ会議」の開催など、アジアの都市間ネットワーク構築に取り組んでいる。

さらに、横浜市水道局は 2010 年に 100%出資で「横浜ウォーター株式会社」を設立し、長年の上下水道分野での国際協力の技術とノウハウの実績を踏まえ、これを内外でのビジネスに活用すべく活動を行なっている。また、市の環境創造局・水道局は、途上国で水ビジネス展開をめざす市内企業を中心に横浜水ビジネス協議会を設置し、海外からの上下水道関係者の視察・研修受入れの機会をとらえて会員企業とのビジネスマッチングを行っている。

これらが都市間連携を主体とした事業の遂行システムの 1 つとなっており、地方自治体としての総合力を発揮するための仕掛けを作り出している。

この事業では、横浜市は自治体で初めて JICA と包括的連携協定（2011 年 10 月）を締結

している。さらに海外とは、フィリピンのセブ市（2013 年 3 月）、ベトナムのダナン市（2013 年 4 月）、タイのバンコク都（2013 年 10 月）、インドのバンガロール市、インドネシアのバタム市などと、都市づくりに関する技術協力の覚書（都市間連携協会）を締結し、JICA 等の F/S を活用して、企業と連携してさまざまな事業を提案している。

「Y-PORT」が行なう国際協力は、技術協力を中心としている。技術による開発（国際）協力である。その中でも、都市機能インフラの整備を中心業務としている。とくに都市・村基礎インフラ技術開発協力（下水・衛生設備、産業排水、生活排水／排水溝、ごみ処理・資源、温暖化対策、公害対策、交通インフラ、水道等）を中核としている。具体的にはコミュニティの衛生処理技術である。戦後の日本が、汚染した河川やゴミ処理に対処することを通じて発展してきたように、その経験をアジアに提供していこうとする問題意識である。

第 3 章 政策提言

第 1 節 コミュニティビジネス支援への体系的・総合的なプラットフォームの構築

～コミュニティビジネスの「ジャパン・プラットフォーム」を～

日本の地域と開発途上国の地域がコミュニティビジネス（CB）を通じて、直接つながる新しい時代を迎えつつある。そうした方向へ向かうことを支援する仕組みが新たに必要である。途上国の CB 創出に貢献し、そこに日本企業、NPO、行政などが直接的に関わるチャンス进行するには、さらに本格的な取組みが必要となる。

途上国においても、地域のコミュニティ開発と共に、都市・まちにおいても持続的な都市・まちづくりの必要性が浮上しており、地方の都市・まちが健全な発展、基礎サービスの提供、公害などの環境問題などへの対応がきわめて重要なものとなっている。そのニーズに日本企業が、地域の中小企業も含めて対応すべき時代となっているのである。

しかもそれは、途上国のコミュニティの人々のイニシアチブと参画を促し、途上国のオーナーシップとエンパワーメントを高めるコミュニティ開発を通して進めて行くことが期待されている。それによって日本の開発協力とビジネスも新しい段階に入ることになるであろう。

途上国と日本の地域の中小企業や NPO 同士が出合い、地域課題解決型の CB へと展開していくには、少なくとも日本側は「全員参加型」で取り組むことが不可欠であり、それぞれ

の各種政策を統合した、体制と窓口を一元化（ワンストップショッピング）した、体系的・総合的なサービスを提供する「プラットフォーム」をつくる必要がある。

全員参加とは、CB は前述のように、住民、NPO、企業、地方自治体、政府など多様な主体の協力・協働で出来上がるビジネスであるから、そうした多様な主体すべてが参画する必要がある。

多様な主体の内、政府関係では、外務省、経済産業省、JICA（日本国際協力機構）、JETRO（日本貿易振興機構）、などが中心的なアクターだが、これ以外にも途上国の人材育成研修などを受入れている HIDA（海外産業人材育成協会）、日本の若者を途上国に派遣する青年海外協力隊（JOCV）等々多くの機関が関わる。

例えば、JICA は、2012 年に「草の根技術協力地域経済活性化特別枠」を導入している。これは「地方自治体の発意による国際協力を通じた国内地域の活性化をめざす事業で、途上国のニーズと日本各地のリソースを積極的に結びつける」ことを目的とする事業である。JICA は 2010～13 年の間、開発途上国での（BOP）ビジネスを計画している日本企業の提案を募り、資金支援をする協力準備調査（BOP ビジネス連携促進）を実施していた。2014 年度からは、中小企業を対象に、海外展開支援やニーズ調査、案件化調査などを導入している。

経済産業省は国内のコミュニティ（ソーシャル）ビジネス促進のために、いくつかの支援制度を導入してきたが（①被災地において新たなソーシャルビジネスを創出する取組への補助、②企業とコミュニティビジネス事業者との連携・協働を促進する民間の中間支援機関の創出への補助、等）、途上国との関係では JETRO において、地域間交流支援事業（RIT=Regional Industry Tie-up）などを実施してきた。これは日本各地の中小企業がグループ単位で海外地域との間でビジネス交流を進め、商談することを支援するもので、商談の結果、輸出や技術提携、共同製品開発等が行われ、ひいては地域産業活性化に資することを目的とするものであった。

地方自治体は、北九州市、横浜市などの事例でみるように、関係先とネットワークを組んでダイナミックに取り組んでいるすばらしい事例となっている。CB ではとくに地方自治体の関わりが重要である。さらに NPO、住民の参画が CB のベースとなる。

企業については、プラットフォームは、「自治体または支援組織・NPO がハブとなり、地域のものづくり中小企業に対して、組織横断的に、国内外の様々な施策・事業の紹介、交流の場づくり」（第 4 章）となるものである。中小企業の参画には、地元の金融機関などの企

業がハブ的役割を果たす場合もある。実際に企業の海外展開支援を行っている実施機関、それに現地日本大使館、先方の機関等が一体的に協力し合って取り組むものであることが期待される。支援する側が相互につながり合って、「ワンストップ化とネットワーク」を進めた形態を想定している。

また、このプラットフォーム組織には、各主体の参画を前提に、資金的援助と共に、デザイン、マーケティング、技術などの専門家の協力体制も不可欠である。

また、とくに強調しておきたいのは、CB においては、NPO（NGO）の参画の重要性を認識すると共に、NPO 情報の体系的収集、NPO とのネットワークの構築も重要な業務範囲となることを認識する必要がある。

CB は人材育成を必要とするビジネスである。日本の各地には、活力ある若者から、経験豊富な企業退職者まで、多様な経験をした人々が存在しており、各地で活躍していたり、あるいは埋もれている。これら知見を途上国の課題解決へのビジネスチャンス、活動チャンスとして動員し、活用していくことが期待される。

こうしたプラットフォームの構築によって、各機関がもつ知識・情報を迅速に共有しあう仕組みができ、現地との人材ネットワークで組織を超えて共有する仕組みができ、必要とする支援を適宜総動員することが可能となる。

<<ジャパン・プラットフォームのコミュニティビジネス版>>

この参考になるものとして、海外への緊急支援については、すでに「プラットフォーム」が構築されている。「ジャパン・プラットフォーム」である。このプラットフォームには、政府（外務省）、NPO（NGO）、経済界（日本経団連）の3セクターが対等なパートナーシップで参画する形をとっている。海外で自然災害など緊急人道支援を必要とする事態が生じた場合、外務省は ODA 予算を提供し、プラットフォームに参加している日本の NPO（NGO）（現在 46 の NPO が参加している）に対して、緊急支援に対応するため直ちに現地派遣できるかどうかを問い、参加する NGO（NPO）は自ら緊急支援隊の派遣を実現する形となる。このプラットフォームは 2000 年に設立以来、多くの成果を上げてきている。

図 1-2 ジャパン・プラットフォームの支援の仕組み



(出所) ジャパン・プラットフォーム HP

第 2 節 プラットフォームを構成するイニシアチブとアプローチ

途上国のコミュニティビジネスに取り組むプラットフォームには、以下のようなイニシアチブやアプローチが組み入れられる必要がある。

1. 人材の育成と人材ネットワークの形成およびマッチング

CB への対応には、まず第 1 に、開発途上国の人材開発が必要である。日本は現在、途上国の人材育成のための支援を活発に行なっているが、今後それを一層充実させると共に、すでにある人材の発掘とそれら人材へのアクセスを容易にするためのネットワークの構築が必要である。

(1) ゲストエンジニアリング制度

本提言は、昨平成 26 年度の当研究所『中小企業の参入を促す BOP ビジネスモデル調査報告書』にて提示されている (P.61～63)。プロセスとしては、①現地ローカル企業を、日

本の中小企業へ業種、技術などの適応性を軸にマッチングし、②ローカル企業のスタッフをゲストエンジニアとして招聘し、CBへ参入のための製品開発チームを構成し、③両国企業の協働でCB市場に参入を目指すというもの。

これにはビジネスマッチングを斡旋する支援機関の支援を得て双方の企業のマッチングを行う。招聘された途上国のエンジニアは、日本での一種の現場研修を受けながら途上国のコミュニティのニーズを踏まえた商品開発を行なうことになる。と同時に、「派遣されたゲストエンジニアは、日本の中小企業の高い技術やワークマンシップを吸収して帰国するという点で、ローカル人材の育成効果も期待できる。」

(2) コミュニティビジネス人材の育成と研修

第6章などで紹介されているように、開発途上国のフェアトレード活動を支える人材の育成が急務となっている。必要な「人材」とは、とくに「英語力」と「財務理解」で、海外の輸入者とコンタクトし交渉できる能力である。こうした人材育成は後継者人材確保として複数育成が必須である。日本での研修招聘事業の中に、こうした事業者を対象とする財務理解と国際コミュニケーションの研修を導入するのは有効である。

フェアトレードのみならず、途上国のCBのためにの人材育成は、コミュニティリーダーの育成から取り組んでいく必要がある。これまでの日本の研修招聘制度では、各国の政府職員の招聘が中心となっている感もあったが、今後は役人のみならず、コミュニティのNPOやコミュニティビジネス関係者の招聘も積極的に対象とすべきである。

(3) 日本への研修生のネットワーク

これまで開発途上国から日本へは実に多くの研修生が来て研修を受け、育っていった。それら帰国した多くの研修生は現地で同窓会などのネットワークをつくり上げている。これらの元研修生を中心としたネットワークをコミュニティビジネスの人材ネットワークとして見直し、さらに支援してコミュニティビジネスの興隆をはかる。

(4) 現地在住日本人および日系NPOとの人材ネットワーク

現地に滞在・居住している日本人は優れた人材である場合が多い。優れた人材故にそこに滞在し居住するに至ったのである。人材ネットワークとしてこれら人材とネットワークを組み、活躍してもらおう。各国の日本人会、現地日本商工会議所、現地日本大使館等との人材

ネットワークを構築し、人材発掘に努めることが望まれる。この中でとくに重要なのが日本から派遣されている NPO 職員（駐在員）、主婦などの日本人女性、大学等教育機関、通訳や観光関係者などである。

2. 適正技術開発システムの構築 ― 先進国と途上国の技術の融合

先進国（日本）に技術があるだけでなく、途上国にもすでに技術がある。双方の技術を合体・融合させることによって地域に合った新しい適正技術開発が可能となる。途上国の場合には、そうした適正技術を開発・推進する機関として各国に有力な技術 NPO（NGO）が存在している。

委員会では、インドネシアの技術 NPO と日本の技術 NPO と日本企業によるコミュニティ排水のモデルシステムの開発と普及の事例を分析したが（巻末資料 2 および第 7 章）、このシステム開発における中核的な現地 NPO はティアン・デサ財団である。この NGO はインドネシアのみならず、アジアにおいて技術 NGO として高く知られている。

こうした途上国に存在する技術 NGO のネットワークの構築が第 1 に必要である。第 2 に、このネットワークを中核として、アジアのセンターとなる適正技術センターを設置すること。そのセンターには、適正技術の開発普及を担っていくコアプレイヤーとしての技術 NGO、大学研究所、企業の参加を得る仕組みをつくる。

適正技術開発を本格的にバックアップし研究開発の土俵を作るために、日本に、そしてアジア地域、あるいは国際的に「適正技術学会」を設立することも重要であろう。この学会が途上国・アジアの技術 NGO、政府関係機関、大学研究所等と人材のネットワークを形成することになるであろう。

そうした適正技術の国際的ネットワークの形成を通して、適正技術開発の事例研究をはじめ、日本の技術開発 NPO、企業、研究機関等と相手国の研究機関・大学や技術協力機関等との共同研究・開発もより積極的に可能となり、実証研究も整備される。

また、日本の中小企業が現地組織と共同で適正技術の開発に取り組む際には、知的財産権の保護・活用に関する助言や、必要な支援を行える体制を整えておくことも重要である。

3. フェアトレードへの本格的支援体制の構築と NPO 支援

フェアトレードは CB の中でも典型的なものの 1 つであり、コミュニティ開発に有効で

ある。開発協力の中でも市民（コミュニティ）をベースとしたビジネス開発を伴うものもあり、ビジネスモデルを通じた 2 国間の地域交流に導くものでもある。日本は開発協力と CB 推進の有効な手段として、フェアトレードへの支援策を本格的・総合的に検討、導入すべきである。

(1) 日本のフェアトレード団体による現地フェアトレード支援——JICA、JETRO の支援事業の拡充

これまでの JETRO の途上国ビジネス支援事業（開発輸入企画実証事業）の中でも、日本のフェアトレード団体の事業を多く採択し成果を上げてきている。例えば、シャプラニールのバングラデシュ・ネパールでの石けん開発をはじめ、ピープル・ツリー（フェアトレードカンパニー）、フェアトレードラベル・ジャパン、オルター・トレード・ジャパンなどのフェアトレード事業なども、専門家派遣を中心とする支援事業は、フェアトレードの推進へ大きな貢献をしてきた。

この事業は現在は中断されているが今後再開し、さらに拡充されることが望まれる。同様に、JICA の草の根事業がパルシックなどのフェアトレード開発事業にも提供されている。JETRO、JICA とも、フェアトレードへの支援事業をさらに拡充し、積極的に支援を続けることが望ましい。

(2) フェアトレード事業への資金的支援の拡充——マイクロクレジット支援からの広がり

フェアトレードのシステムをより農家の生活に密着したものに改善していくために、フェアトレードの仲買機能を強化する必要がある。仲買（買取）機能の強化とは、地域の仲買業者が行なっている機能をフェアトレードもできるだけ持てるようにすることである。

それは、1 つは、買取時での即金支払い機能の強化である。支払いをコーヒー豆納入時に即金で行なうシステムへ近づけていくことである。もう 1 つは、緊急時の生活資金の提供（金貸し機能の強化）である。仲買人がそうした金融機能を主として果たしているが、フェアトレードも病気や緊急生活費（お米代など）等への対応に果たすべき役割が期待されている。生産者（農家）にとっては、病気や飢饉などの緊急時における生活費の確保が重要な関心事である。

また、農家は収入向上をはかるために加工技術の向上を図る必要から（チェリーからの加

工など)、機械機器の購入を行ないたいと考える時にも、資金が必要となる。途上国の農家はそうした際に対応できるよう、多様な資金源(現金収入など)の確保を踏まえて納入先を決めている。そうした緊急時の必要資金の提供に対応しているのが地域の金貸しである。これら緊急時の資金需要へ対応することも、フェアトレードにとっては重要な課題となっている。

途上国の貧困層に対するマイクロクレジットについては、日本は ODA を提供してきたが、この視野・範囲を拡張、こうしたフェアトレード対象農家向けの資金を ODA の一環として提供するよう提案したい。

但し、即金支払いのリスクは高く、フェアトレードの協同組合や団体がこうした仲買人金融をやるとしても簡単なことではなく難しい面がある。多くのマイクロファイナンス団体はこうした取引に失敗してきた経験をもっており、導入にはさらなる研究が必要であろうし、当初は特定地域での実験的な取り組みから拡張していくのがよいであろう。

(3) フェアトレード調達

政府の公共調達において、フェアトレード商品も対象とするよう明確に制度化すること。とくに 2020 年の東京オリンピック・パラリンピックへ向けて、フェアトレード商品の調達促進を図る(選手村や迎賓館などでのフェアトレード・コーヒー／紅茶等々の提供など)ことである。なお、フェアトレードのみならず、フェアトレード以外のエシカル商品の調達も優先させるようにすべきである。こうした措置は、ロンドン・オリンピックをはじめ、サミットなどの国際会議で各国ですでに導入されてきている。

(4) コミュニティビジネス支援と日本のフェアトレード団体の育成

日本のフェアトレード市場は国際的な視野から見ると依然きわめて小さく(世界市場の 2%程か)、地域のフェアトレードショップの経営者はその持続性に苦慮しており、フェアトレード専門団体(途上国からの仕入れを行なう団体)も資金繰りに苦慮している。また、日本ではフェアトレード事業を推進する団体として日本フェアトレード・フォーラム(FTFJ)があるが、専従スタッフはなく、事務局機能にも苦労している。

開発協力に関わる団体(NPO・NGO)の多くが今後のフェアトレードへの取組みに関心をもっているという調査結果もある。これらの活動を抑制しているのが資金繰りの問題であり、継続的な支援(助成など)の必要を物語っている。

日本のフェアトレード業界を育成支援することは、国際的な潮流としても必要な時代となっている（欧州連合および EU 各国はフェアトレードを支援する体制を導入している）。上記のフェアトレード調達もその 1 つである。

当面の支援は、①日本のフェアトレード団体のネットワーク組織（FTFJ）の活動を支援するための助成、すなわち事務所運営支援と共に、事業支援として日本のフェアトレード市場調査、フェアトレードショップへのコンサルタント事業、学生を含むフェアトレード普及事業、人材育成支援などである。

また、スタディツアー（現地視察団派遣）、さらに市民向けの消費者教育法への対応による市民教育についても、こうした全国組織を通して促進していくことが望ましい。

コミュニティビジネス開発において、フェアトレードビジネスに取り組んでいる日本のフェアトレード専門団体の人材を活用していくことが重要である。例えば、フェアトレード専門団体に中間支援機関としての役割を担ってもらい、企業を中心とした CB 創出支援システムの強化を図ることなどである。

4. 地域金融システム（コミュニティバンク）の構築と経済の再構成

現地 NPO・NGO による地域循環型資金システムの構築への取組みに対して、日本の ODA の提供を拡げていくことは、現地住民イニシアチブの活動に ODA を提供していくことになり、大きな成果を期待できる時代となっている。

途上国各地でのコミュニティバンクへの取組みに対して、ODA の提供を拡げていくことが望まれる。マイクロクレジットへの ODA 支援などはすでに行なわれているが、資金援助の一環として、マイクロクレジットからさらに拡げて、こうした地域金融への支援に取り組む必要がある。

フェアトレード活動の金融力強化への支援策を導入することについては、すでに触れたが、フェアトレード団体の仲買の買取力、金融力強化のための資金援助は、今後のフェアトレード活動強化にとっては必須であると考えられる。しかし、フェアトレード団体が仲買力をつけるための資金力強化とその実行には、さまざまな体験や地域の人々との新しい人間関係の構築などが事前に必要とみられる。その点で、まずは実験的・限定的に、特定のフェアトレード団体による特定のコミュニティでの取組みから始め、次第にノウハウを蓄積しつつ拡げていくことが賢明と思われる。

5. 若者の活力と才能の活用

(1) 地域おこし協力隊の海外版

地域おこし協力隊は、人材を求める地方自治体の募集に基づき、その自治体に移住・住民票を移し、一定期間（1 以上 3 年以下）暮らしつつ、自治体に協力し、地域の活性化に関わる仕事をする。村のお祭りや文化から商店街の活性化に関わるイベント、あるいは地場新商品の開発まで、アイデア次第でいろいろな活動に関わることを行なっている。

これを CB 育成支援として途上国で行なう場合、新商品開発に新しい若者の発想を活かすため、日本の地域の中小企業の生産・技術現場と、開発途上国のコミュニティの現場（NPO・NGO などへの派遣）とを訪れ、そこから発想した商品企画が新たな可能性を発揮しうるビジネスとして想定できよう。これは若者の調査・商品開発・企画派遣事業を企画することを意味する。

青年海外協力隊は、日本の国際協力分野で大きな役割を担っているが、「マーケティングや人材マネジメントの面では弱点がある」とみられている。この弱点を補うため、ビジネスの視点から国際協力にかかわる素養を身につける場が必要である。例えば、コミュニティ開発に従事する隊員が任地の特産品を開発し販売したい場合、移動の制限などの制約があり、自由に販路開拓の動きが取れない。製品の開発に協力してくれそうな組織や専門家を探したり、依頼したりする自由な動きが現状の仕組みでは取れないようである。

その点で、「地域おこし協力隊」の海外版としての、「コミュニティビジネス協力隊」を創出するのがよいと考える。

青年海外協力隊は開発協力が中心であり、ビジネス志向が弱い。ビジネス志向とは、新商品開発、市場アクセスへの支援などコミュニティビジネス的視点をもった活動を中心とする新しい協力隊への取組みを意味する。現在の青年海外協力隊にこうした新しい役割をもった隊員の派遣を加える形もありえよう。メニューの中に、「コミュニティビジネス商品開発」を入れればよいわけであるが、次に述べるように、それ以上の仕組みを導入することが望まれる。

ともあれ、派遣者にフェアトレード、コミュニティビジネス、BOP ビジネス、商品開発やマーケティング等の研修をしっかりと行なうこと、あるいはそうしたことを期待できる若者を選択する仕組みを組み入れることである。

(2)「地域タスクフォース」による支援

本提言は、昨年度（平成 26 年度）の当研究所『中小企業の参入を促す BOP ビジネスモデル調査報告書』で行なった「地域タスクフォース」の提言につながるものである。地域タスクフォース型とは、CB においても有効な考え方なので、再録しておきたい。若者の派遣システムとして、高専生、大学生の現地派遣と試作品制作の経費を地元（地域）で支える仕組みを作ることである。地域密着型の若者（隊員）派遣であり、後任者は同じ地域から派遣されるので、前任者の経験、知見は地域蓄積され、タスクフォースメンバーに共有される。

この派遣者には自ら少額であれば低利融資を行なえる仕組みも取り入れるとよいであろう。途上国農村では人間関係を構築していくと、起業マインドをもった人々に出会う。こうした人々のやる気を引き出し、人々をつなげる触媒となることも、新しい隊員の仕事の 1 つである。さらに、隊員が保証人となり、低利子で融資を受けられるようにする。現地パートナーと二人三脚でビジネスを軌道に乗せること、さらに隊員にマイクロクレジット的な枠を一定条件でもたせることも一層制度に迫力が増すであろう。

実際に商品開発の可能性を高めるために、現地 NPO・NGO に入って（あるいは数か月間かけて現地 NPO を訪問し、現地研修とニーズ開発調査を行ない商品開発アイデアを模索する。それを日本の地域企業や中小企業研修などと結びつけて、試作品の制作までを図る仕組みをつくる。

帰国後の商品開発支援体制として、商品開発プロセスの中で、商品開発アイデアを揉む場を設定する。地域商工会・自治体、国内 NPO、JICA、JETRO などでのアイデアを議論する場を設定する。さらに、①現地資源の活用、②現地生産の可能性、③現地の社会的課題解決型商品、④現地販売型、⑤日本・近隣国・生産国の都市での販売型（フェアトレード型）、等多角的な検討を行なう。

6. 地方自治体イニシアチブ——新しい姉妹都市提携と市民活動

(1) 姉妹都市提携の推進——地方自治体の開発協力への取組みを支援する

地方自治体による開発協力は、ヨーロッパの諸都市では非常に活発に行なわれている。地方自治体は、上下水道をはじめコミュニティの生活基盤を支える仕組みを運営しており、自治体はそれらを包括的・全体的に支援できる総合的技術ノウハウとそれを推進できる体制

とを持っている。そのため地方自治体による開発協力は、非常に有効かつ活発なものとなっている。

また、自治体が開発協力に取り組む場合は、特定の相手のコミュニティ（地方自治体）への支援を推進する市民団体の存在を条件としている自治体が多い。当初はそうした市民団体（NPO・NGO）による支援活動から始まり、その団体（NPO）の努力によって自治体を巻き込み、そしてついに自治体ぐるみの交流をはかるため、姉妹都市提携へ進めていくケースが普通の姉妹都市へのプロセスなのである。つまり、ヨーロッパの多くの国にとって、姉妹都市の相手国は開発途上国であり、しかもそれを推進する市民団体（NPO・NGO）が存在する場合に提携されるものとなっている。

日本でも、北九州市、横浜市など各地で開発途上国との新しい関係の構築が始まっている。この両市ほどの大きな仕組みではなくとも、それぞれの地方自治体の体力に応じた途上国のコミュニティビジネスの取組みが可能であるはずである。例えば、青年海外協力隊を活用した取組みであっても、特定の自治体が特定の途上国のコミュニティと持続性を踏まえた協力関係をつくりあげることが、それ自体で開発協力を一層有効なものにしうる。JICA 事業だと人材は非継続的だが、NGO や自治体派遣だと継続性が担保され、派遣者をバックアップする支援体制も期待でき、成果を体験する可能性も高まるであろう。

（2）フェアトレードタウン運動と世界とつながる日本の自治体（コミュニティ）

自治体が新しいまちづくりに取り組むに当たって、最も大切なことは、自分のコミュニティだけがよければいいというまちづくりであってはならないということである。「おらが村」だけの意識は結局閉鎖的で、活気のある未来のまちづくりにはなりえない。世界（他者）とつながるまちづくり、世界の別のまちとつながりながら、一緒になってお互いのまちをよりよくしていこうとする取組みである。

その点で、これからのまちづくりには、途上国とのコミュニティビジネスのつながりをもちつつ進めていくことが非常に重要な意味をもつことになる。自分たちのまちづくりのために、他者を内部化したまちづくりをするには、開発協力は大きな新しい意味をもつ時代となっている。自治体による市民／住民の NPO 活動への支援として、開発協力支援はますます大切なものになっていると考えられる。その中でも、コミュニティビジネスの 1 つとしてのフェアトレードは重要な役割を果たすことになる。

フェアトレードへの関心は国際的に高まっている。日本でもフェアトレードタウン活動

の動きとして地域に波及し始めていると共に、これまで若い世代では大学生が主たる関心層だったが、今では高校生にまで降りてきている。高校において、フェアトレードを活用した商品開発を地域の人々の協力を得て行い、学園祭などでの販売を始などの活動が起こり始めている。高校生がフェアトレード関連商品開発を行なった事例としては、愛知県の南陽高校（コーヒー、和菓子開発など）、山口県の宇部高校（クッキー開発）、静岡県駿河総合高校（コーヒーなど）、滋賀県の立命館守山高校（ココナツオイルリップなど）などがある。これらには文科省のプロジェクトである SGH（スーパーグローバル・ハイスクール）と関連がある学校もある。

また、地方自治体にとって、フェアトレードの推進は新しい意義をもたらしている。自治体の開発協力としてフェアトレードは有効なツールであり、世界とつながった新しいコミュニティづくり運動として、「フェアトレードタウン」運動が国際的に展開されている。フェアトレードを通じた国内の CB の可能性が広がっているのである。

「フェアトレードタウン」運動は、2000 年に英国のガースタングから始まった。またたく間に全英各地に広がり、欧州各国に広がり、今ではアメリカ、カナダ、オーストラリア、ニュージーランド、日本などの先進国のみならず、開発途上国にも波及している国際的な運動となっている。

国際的なフェアトレードタウンの基準として、日本では 6 基準が設定されているが、その 1 つに「議会での決議と首長の支援声明」がある。

2011 年に熊本市が日本で初めてのフェアトレードタウンとなり、2015 年に名古屋市が認定された。これに続きフェアトレードタウンになろうと市民団体が立ち上がり、活動をしているのは、札幌市、垂井町（岐阜県）、逗子市、世田谷区（東京都）などである。

フェアトレードタウンになるためには 6 つの基準を満たすべく活動をする必要がある。今後は次第に多くの自治体でこうした市民活動が盛り上がっていくと思われる。自治体がフェアトレードタウンに対して積極的な姿勢をみせることが、地域の国際化、世界とつながるまちづくりに結びつく時代になろうとしている。

日本の自治体が「フェアトレードタウン」宣言のまちとなることは、自治体のフェアトレードへの取組みとしては先端的なものとなろう。

(3) 自治体のフェアトレード公共調達政策

自治体としてフェアトレードへの支援策を明確に国際的にメッセージ化する措置をとる

手段としては、地方都市条例などでフェアトレード推進条例を作成することである。EU を含め、欧州では多くの国・自治体ですでに導入が行われており、フェアトレード商品は公共調達の対象となっている。

7. ODA の NGO (NPO) 経由の拡大を

委員会での毎回の報告・議論の中で、NPO (NGO) の役割の重要性が指摘され (本報告各章の中で指摘されている)、NPO への本格的支援策の必要性が認識された。

ODA の供与は、通常「二国間援助」と「多国間援助」の 2 つのルートとなっている。欧米ではこれに第 3 のルートとして「NGO」ルートが明確に位置づけられ、しかも ODA 予算の 20%以上を供与している国が多い。これは自国の NGO に ODA 枠を一定比率提供し、開発途上国の NGO から案件を募集、審査し、一緒に実施するやり方である。⁷

日本は JICA が ODA の中心的施行機関であるが、欧米では NGO もその役割を担っているのである。二国間援助は相手国政府が求める大型案件が中心となりがちだが、NGO 経由方式はコミュニティの小さいが生活に重要なコミュニティ開発につながるプロジェクトに ODA が回ることになり、しかも供与国の人々 (NGO) と一緒に取り組むことになるので、まさに「顔」も見える有効な援助となる。

日本の ODA にもすでに、草の根ベースの協力事業 (NGO 連携無償資金協力) や緊急人道支援 (ジャパン・プラットフォーム) などがあるが、NGO 経由比率は欧米に比べると依然として極めて低い。数年内に例えば 20%を目指すなどの目標を立て、第 3 ルート (NGO 経由方式) の ODA 供与の本格的な拡大策を導入することが望まれる。

¹ 経済産業省 コミュニティビジネス http://www.meti.go.jp/policy/local_economy/sbcb/

² 経済産業省関東経済産業局 <http://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/community/>

³ 長坂寿久「リローカリゼーション (地域回帰) の時代へ (その 1)」、国際貿易投資研究所『季刊 国際貿易と投資』No.84、2011 年夏号。REconomy (経済の再構成) については、長坂寿久「リローカリゼーション (地域回帰) の時代へ (10)・NGO のリローカル化 (1): トランジションタウンの展開」同『季刊 国際貿易と投資』No.95、2014 年春号参照

⁴ 長坂 寿久『オランダモデル』日本経済新聞社 (2000 年)、同『NGO 発、「市民社会力」-新しい世界モデルへ』明石書店 (2007 年)

⁵ 経済産業省 コミュニティビジネス http://www.meti.go.jp/policy/local_economy/sbcb/

⁶ 田中直『適正技術と代替社会〜インドネシア手の実践から』岩波新書 (2012 年) も参照。

⁷ 長坂寿久『NGO 発、「市民社会力」-新しい世界モデルへ』「第 5 章 ODA と NGO の協働」明石書店 (2007 年) 参照

第Ⅱ部 各論

第4章 途上国のコミュニティビジネスと日本の中小企業の海外展開 ——「都市づくりパートナーシップ」の提案——

政策研究大学院大学

大野 泉

要 約

日本がものづくり中小企業や地方を巻き込んだ「新しい国際化」を迎えた今、また急成長・都市化を遂げるアジアなどの途上国において持続可能な開発への取組が急務となった今、「都市づくりパートナーシップ」を切り口としたコミュニティビジネスの展開は、途上国・日本にとって互恵的な取組である。都市づくりの経験は地域に根ざしており、国内においては自治体、企業、市民社会を含む NPO、研究機関などのさまざまな組織・人材に支えられている。こうした地域のリソースを束ね、さらに途上国のニーズに適応させてビジネス展開をしていくには、当該地域や国レベルの諸機関、そして現地（相手国、及び日本）の諸機関との重層的な「つながり」をつくることが重要になる。本稿は、横浜市、北九州市、滋賀県の先進事例から得られた示唆にもとづき、今後、中小企業の海外展開を支援する自治体や支援組織・NPO が重視すべき方策を提言している。

第1節 問題意識——「新しい国際化」の時代

21 世紀が深まり、日本も世界も新たな時代を迎えている。3 つの観点から述べる。第 1 は、日本にとって「新しい国際化」の時代が到来したこと。特にリーマンショック（2008 年秋）以降の内需・外需の落ち込みにより、経営環境の大きな変化が世界的規模でおこり、新興国との競争激化をうけて、大企業はグローバル調達や部品の現地調達・標準化を加速するようになった。これに少子高齢化による国内市場の縮小、人口後継者不足といった日本特有の構造的課題が加わり、日本のものづくり中小企業は非常に厳しい状況にある。大企業のサプライチェーン調達の变化により「日本式生産モデル」が崩れ、今まで海外進出を考えたこともない中小企業が、自らの経営判断でアジアを中心とする新興・途上国に進出するケース

が増えている。こうした状況をうけて、政府は 2010 年頃から中小企業の海外展開の積極支援を打ち出した¹⁾。

注目すべきは、日本企業の海外展開支援をコア業務とする経済産業省や日本貿易振興機構（JETRO）、海外産業人材育成協会（HIDA）等だけでなく、今まで個別企業との接点が限られていた外務省や国際協力機構（JICA）も政府開発援助（ODA）予算を充当した新事業を次々と立ち上げていること、さらに産業空洞化の懸念から今まで地元企業の海外進出に慎重だった地方自治体も、地方の国際化に積極的に取り組むようになったことである。JICA が 2012 年度に導入した、「草の根技術協力 地域経済活性化特別枠」は、まさに地方自治体の発意による国際協力を通じて国内地域の活性化をめざすもので、途上国のニーズと日本各地のリソースを積極的に結びつけることを意図している。今や、地方（国内）と地方（途上国現地）が経済活動を通じて、直接つながる時代になったのだ。

第 2 は、新興・途上地域、とりわけアジア新興国・途上国における「持続可能な都市づくり」の重要性の高まりである。昨今、新興国経済の減速が懸念されているが、それでもアジアの成長ポテンシャルは高い。アジア新興国・途上国が世界経済に占める GDP 比は 1990 年時点の 4.8%から 2020 年には 25.2%へと拡大し、米国（23.2%）や EU（21.0%）を超える経済規模になると予測されている（IMF 2015）。一方、日本の GDP 比は 1990 年の 13.4%から 2020 年に 4.9%に下がると予測されている。同時に、経済成長に伴ってさまざまな社会問題が生じ、特にアジア諸国では都市化が進み、スピード・規模・人口密度において他国・地域が経験したことのない状況に直面する（詳細は次節を参照）。地方都市の健全な発展、基礎サービスの提供、そして公害などの環境問題への時宜的な対応がきわめて重要になる。

第 3 に、国際社会全体として、持続可能な開発を実現するうえで、途上国や新興国、先進国において、NPO はもちろん、企業や財団を含む民間セクター、地方自治体、大学・研究機関など、多様なアクターが一緒に、「全員参加型」で取り組むことが不可欠になっていること。グローバル化が進み世界の一体性が増し、今や ODA の 2.5 倍の民間資金（企業、非営利団体（NPO）、財団など）が途上国に流れる時代になった。上述した都市化をめぐる問題、さらに気候変動、感染症など、世界の課題は実に多様化・複雑化しており、もはや単一の組織・専門性だけで解決できない問題が増えている。全員参加型の取組という方向は、日本政府が 2015 年 2 月に閣議決定した「開発協力大綱」（外務省 2015）、続いて 9 月に国連総会で世界各国の首脳が合意した、国際社会が 2030 年までに達成をめざす「持続可能な開

発目標（Sustainable Development Goals: SDGs）」（UN 2015）が明確に謳っているとおりである。

こうした問題意識のもと、本稿は、本研究会がテーマとする「途上国のコミュニティビジネス」のひとつの切り口として、日本と途上国の地方自治体・企業・NPO が協働する、「都市づくりパートナーシップ」に焦点をあてる。これは、途上国の持続可能な都市づくりをめざす課題解決型のビジネスとして SDGs がめざす方向性に合致するだけでなく²、日本各地に蓄積された知見やリソースを動員して途上国の開発課題を解決していく、といった意味で、中小企業の海外展開や地方発の国際化とも密接に関係している。

本稿の構成は、以下のとおりである。第 2 節で、途上国の持続可能な都市づくりの重要性について、アジア地域に焦点をあてて述べる。第 3 節で、地方発の国際化という観点から、日本の中小企業と地方自治体が途上国の持続可能な都市づくりに果たす役割について事例を交えて紹介し、取組を成功させるために留意すべき点を考察する。最後に第 4 節で、得られた示唆と提言を示す。

第 2 節 途上国における持続可能な都市づくりの重要性

都市化の進展は世界的な傾向であるが、特に途上国の都市人口は急増しており、2050 年には約 53.2 億人と 2010 年比で 2 倍になる見込みである（国連 2014）。都市は経済成長の牽引力になる一方、急速な人口集中は公共インフラ・サービスを逼迫し、環境にも大きな負荷をもたらす。また、貧困問題や格差拡大を増長するリスクを包含している。以下、今後、急速な都市化に直面するアジア途上国の状況について述べる。

1. 急速に進むアジアの都市化

アジアは都市化率（都市への人口集中度）だけみれば、2010 年時点で欧州・北米、あるいは中南米地域との比較で半分程度と、それほど高くない。しかし、2010 年から 2050 年にかけてアジアの都市人口は約 20%増加する見込みで、世界で最も速く都市人口が増える地域になっている（表 4-1）。大都市への人口集中も進んでいる。2050 年には世界の都市人口の半分以上（52.3%）がアジアに居住することになる。人口 1,000 万人以上のメガ都市の数は、アジアにおいて 2030 年（23 都市）と 2000 年（7 都市）の 3 倍以上に増える（図 4-2）。すなわち、アジアの都市化はスピード・規模・人口集中度において、現在の先進国の経

驗知を超え、他の新興・途上地域よりも深刻な状況にあることが分かる。それゆえ、都市化に伴うさまざまな課題（インフラや社会サービスの拡充、交通混雑、環境問題など）に対して、前広に取り組んでいくことはきわめて重要である。

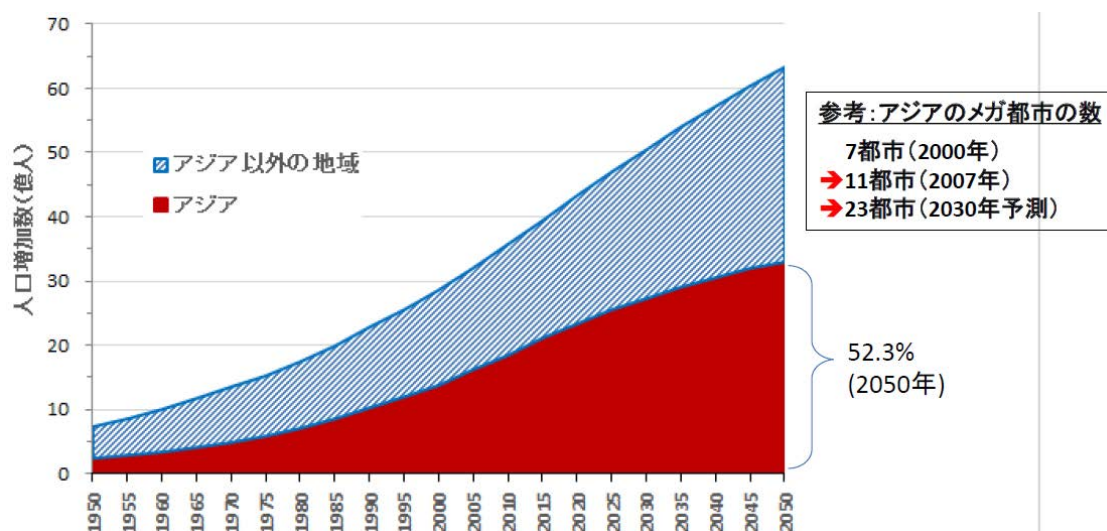
表 4-1 都市化率と都市人口の増加率

(単位：％)

地域	都市化率(％)			増加率(％)	
	2000年	2010年	2050年	2000-10年	2010-50年
欧州	70.9	72.7	82.0	1.8	9.5
中南米	75.3	78.4	86.2	3.4	7.8
北米	79.1	80.0	87.4	2.9	7.4
アフリカ	34.5	38.3	55.9	3.6	17.6
アジア	37.5	44.8	64.2	7.0	19.4
中国	35.9	49.2	75.8	13.3	26.6
インド	27.7	30.9	50.3	3.3	19.4

(出所) 国連 (2014) に基づき筆者作成。

図 4-1 都市人口の増加

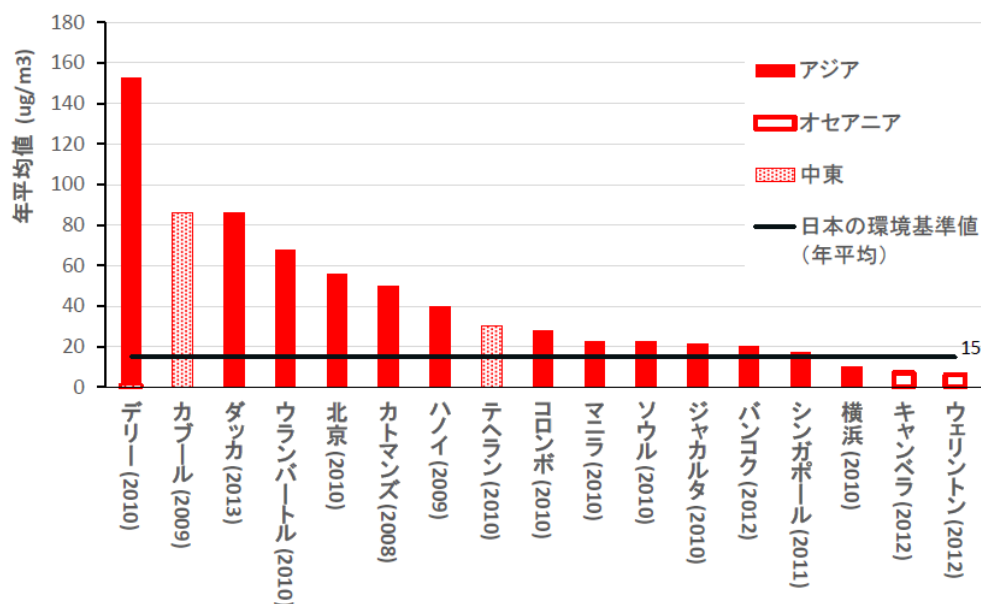


(出所) 国連 (2014) に基づき筆者作成。

2. アジア諸国の環境問題、格差拡大

都市化による環境負荷の増大は周知のとおりで、インドや中国では公害が深刻化している。例えば、大気汚染物質 PM2.5（微小粒子状物質）のデリーの年平均値は 157 マイクログラム（1 立方メートル）と日本の年間の環境基準値の 10 倍以上の高さである（図 4-2）。ダッカ、ウランバートル、北京も極めて高い。日本は、かつて 60 年代から 70 年代に三重県四日市は「四日市ぜんそく」で苦しんだが、中国やインドの状況は当時の日本を彷彿させる。

図 4-2 主要都市における PM2.5（微小粒子状物質）



(出所) WHO Ambient air pollution cities database 2014

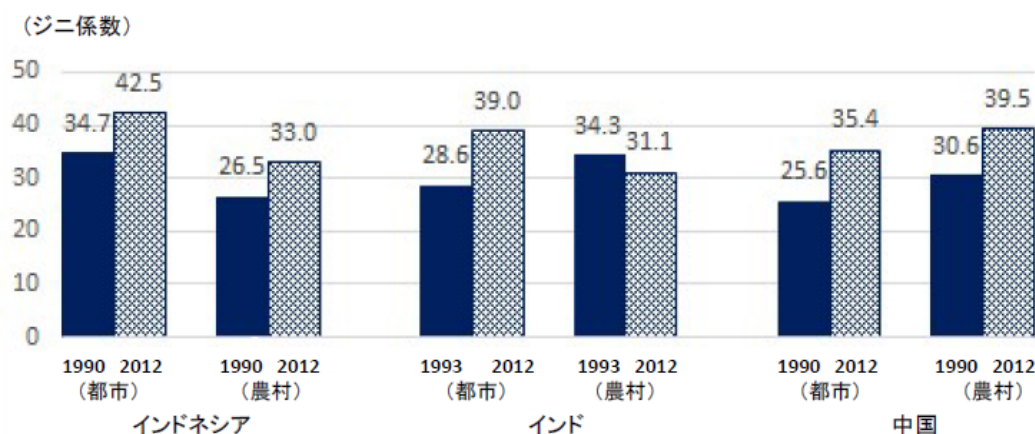
http://www.who.int/phe/health_topics/outdoorair/databases/cities/en/

貧富格差については、過去 20 年間のインドネシア・インド・中国のジニ係数の変化が示すように（図 4-3）、3 カ国ともに、1990 年から 2012 年にかけて都市居住者の間の所得格差がより深刻になっている。中国は農村間の所得格差も大きいほか、インドネシアと中国ではその格差が拡大している。自然災害、気候変動、感染症などのさまざまなリスクに最も脆弱なのは低所得者層であり、また行き過ぎた格差は社会の安定を脅かすことは言うまでもない。

このように持続可能な都市づくりはアジア途上地域の重要課題である。また、アジアが経

済力・人口力ともに世界を牽引している事実をふまえると、アジアの持続的発展は（その一員である）日本はもちろん、世界にとっても極めて重要といえよう。

図 4-3 アジア 3 カ国の所得格差の変化（1990 年と 2012 年）



（出所）世界銀行 PovcalNet データベース <http://iresearch.worldbank.org/PovcalNet/>

第 3 節 途上国の持続可能な都市づくりにおける、日本の中小企業と地方自治体の役割

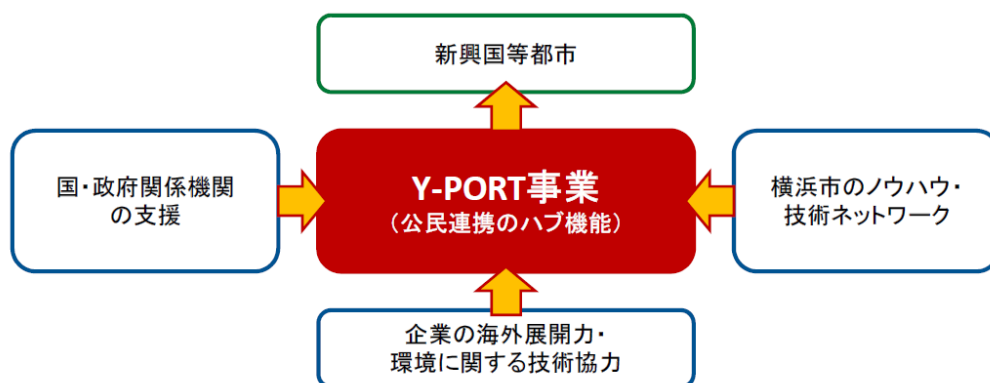
日本の地方自治体や企業、NPO は、高度成長時代に都市化や公害問題など、さまざまな課題を克服してきた経験を持ち、特に上下水道、廃棄物処理、環境保全、及び都市経営などの分野において、これまで技術や知識・ノウハウを蓄積してきており、経験豊かな人材がいる。こうしたリソースを途上国の実情にあった内容と方法で共有・移転していくことは、持続的な都市づくりに貢献し、日本とアジアの都市づくりパートナーシップ構築につながると考える。以下では、ODA の活用を含め、積極的に途上国の持続可能な都市づくりや環境保全に取り組んでいる横浜市、北九州市、滋賀県の例を紹介し、その取組を可能としている幾つかの要因を検討する。（なお、横浜市については詳細は巻末資料 1 を参照いただき、本稿では概略にとどめる。）

1. 横浜市——持続可能なメガ都市、都市経営ノウハウ³

横浜市は人口急増に伴う都市化を経験、その克服過程で培った都市づくりのノウハウ（都市開発、ごみ・リサイクル、水環境等）と市内企業がもつ環境技術等を活用して、国際協力

ビジネス手法を組み合わせ、アジア等の新興国が直面する都市問題の解決を支援している。特徴的な取組のひとつが、「横浜の資源・技術を活用した公民連携による国際技術協力（Yokohama Partnership for Resources and Technologies: Y-PORT）事業で、その推進役が国際局国際協力部の国際協力課（2015年4月より現体制。前身は、2011年1月に設置された政策局共創推進室の国際技術協力課）である⁴。Y-PORT事業は、都市間ネットワークを基盤に国・政府関係機関の支援とも連携して新興国の都市問題解決に貢献し、これにより国際都市横浜のブランド価値を高め、市内企業を活性化することを目的としている（図4-4）。具体的には、横浜のシティプロモーション（アジア・スマートシティ会議等）、企業の海外展開支援のためのビジネスマッチング、都市づくりのアドバイザー業務（海外都市への協力、市内企業との連携を含む）等を行っている。このうちアドバイザー業務では、自治体で初めてJICAと包括的連携協定（2011年10月）を締結したほか、フィリピンのセブ市（2013年3月）、ベトナムのダナン市（2013年4月）、タイのバンコク都（2013年10月）の海外3都市と都市づくりに関する技術協力の覚書を交わし、JICA等のF/Sを活用して、市内企業と連携してさまざまな事業を提案している。

図4-4 横浜市の公民連携による国際技術協力（Y-PORT事業）



（出所）横浜市ホームページ <http://www.city.yokohama.lg.jp/kokusai/yport/>

もう1つは、横浜市水道局が2010年7月に100%出資で設立した、横浜ウォーター株式会社である。市水道局は、上下水道分野で約40年の国際協力の実績をもつ。横浜ウォーターは、今まで蓄積した技術・ノウハウをビジネスに活用して国内外の水道事業が直面する課題解決に貢献し、かつ水道局の財政基盤の強化をめざしている。また、市の環境創造局・水道局は、途上国で水ビジネス展開をめざす市内企業を中心に横浜水ビジネス協議会を設置

し、海外からの上下水道関係者の視察・研修受入れの機会をとらえて会員企業とのビジネスマッチングを行っている。このように横浜市は、自治体のイニシアティブで、二国間に続く都市間や企業間連携等の重層的関係をつくり、それに企業が連なっていく仕組みを構築している点で特記される。

2. 北九州市——環境都市（Green City）、環境配慮型の社会システム⁵

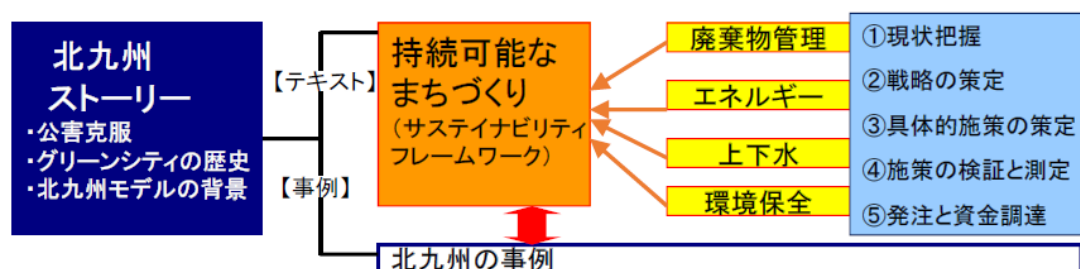
北九州市は旧新日本製鐵株式会社（現 新日鐵住金株式会社）の企業城下町で、1970年代は同社だけでも北九州で5万人近い雇用を生み出していたが、1980年代から始まった「鉄冷え」（鉄鋼需要の減退）により、現在の雇用は当時の1割未満に減少している。こうした状況を打開するため、同市は、公害克服やものづくりの過程で生まれてきた環境技術やこれまで国際協力で構築してきた途上国との都市間ネットワークを活用して、地元企業と連携して環境配慮型の都市輸出を推進している。この取組を支えているのが、自治体（北九州市）、NPO、そして地元企業である。

まず、自治体の取組であるが、市の環境局は直轄組織として2010年6月にアジア低炭素化センターを設立し、同市の公害克服の経験を国際協力を通じてアジアに伝えるとともに、環境と経済の融合をめざす環境ビジネスを推進している。北九州市環境局環境国際戦略室と北九州国際技術協力協会（KITA、後述）、地球環境戦略研究機関（IGES）が一体となって、同センターを構成している。アジア低炭素化センターの取組は、「北九州モデル」を通じた支援ツールの発信（図4・5）⁶、同モデルを活用した都市のシステム輸出、民間連携を通じた事業実施支援（マスタープラン、F/S）といった包括的なアプローチを通じて、アジア途上国のニーズに応え、北九州市も地元企業を中心に海外での環境ビジネス展開により地域の活性化を図るという、互惠関係の構築をめざすものである。

具体的には、①公害克服から環境都市にいたる北九州市の技術や知識・ノウハウを「北九州モデル」として体系的に整理・発信（日・英・中国語）するとともに、②技術輸出にとどまらず、環境配慮型の社会システムなどの都市輸出を推進し、③公的機関の補助金事業に応募する企業に助言、センター自身が個別事業（JICA、JETRO、環境省の事業等）に参加する、などの活動に積極的に取り組んでいる。アジア低炭素化センターが関わることで、環境配慮型の都市といった社会システムの構築を上流から支援することが可能となる。これはリサイクル・廃棄物管理、エネルギー管理等といった個々の事業形成の前提となり、企業単

独では難しい領域である。特に環境や都市インフラは相手国政府や行政との関わりが大きいので、北九州市が関与する方が進みやすくなる場合が多い。例として、インドネシア（スラバヤ市）での国営工業団地等のスマート化、排水処理及び廃棄物処理の高度化システムの導入事業がある。

図 4-5 北九州モデル



(出所) 北九州アジア低炭素化センターホームページをもとに筆者作成、
<http://www.asiangreencamp.net/active3.html#movie>

次に NPO の取組として、KITA は、市が工業化や公害克服過程で獲得した環境・産業技術を国際協力・技術協力を通じて途上国に移転することで、産業発展と環境保全の調和のとれた持続可能な発展を推進し、北九州市地域の国際化と発展にも貢献することをめざして、1980 年に設立された。北九州市と福岡県の支援のもとで、(一社) 北九州青年会議所、北九州商工会議所、西日本工業倶楽部が設立母体となっている。業務の 2 本柱は、①国際研修（主に JICA の研修員受入）と②技術協力（専門家派遣等、海外での協力事業）である。KITA の活動を支える人材の半数は新日鐵 OB(製造、研究、エンジニアリング等の専門家)、残る半数が TOTO といった他企業 OB である。JICA 九州国際センター（以下、JICA 九州）は同じ八幡東区の敷地に隣接するが、KITA の実績を基盤として、市をあげた誘致活動が実り、1989 年に設立された。

現在、KITA は長年の国際協力で構築した途上国とのネットワークを財産として、上述したアジア低炭素化センターと連携して、北九州地域企業の海外ビジネスの推進にも取り組んでいる。例えば、海外ビジネスでは、JETRO の RIT (Regional Industry Tie-up) 事業⁷として北九州市が発案した「北九州・ベトナムビジネス交流事業（2011～2013 年度）」を実施しており、ハノイ・ハイフォン地域の現地企業と北九州とのビジネスマッチングに取り組んでいる。同時に、RIT 事業を通じてベトナム企業のレベルアップの必要性が明らかにな

り、これを補完・フォローアップするために、北九州市の発案で、KITA を実施機関として JICA 草の根技術協力事業に申請、採択された。現在、「ハイフォン市製造業の工場管理力向上プログラム（第一期：2011～2013 年度、第二期：2013～2015 年度）として、5S（整理・整頓・清掃・清潔・しつけ）研修や企業診断等の協力を実施している。すでに草の根事業で指導・育成したハイフォン市企業数社と北九州企業との商談が実現するなど、JICA 事業と JETRO の RIT 事業のシナジー効果が現われている。これは北九州市の強いイニシアティブがあつてこそ、できることである。さらに KITA という専門技術組織が国際協力と海外ビジネスの両方に関わることで、国際貢献と北九州地域の産業発展に調和がとれた形で寄与している。

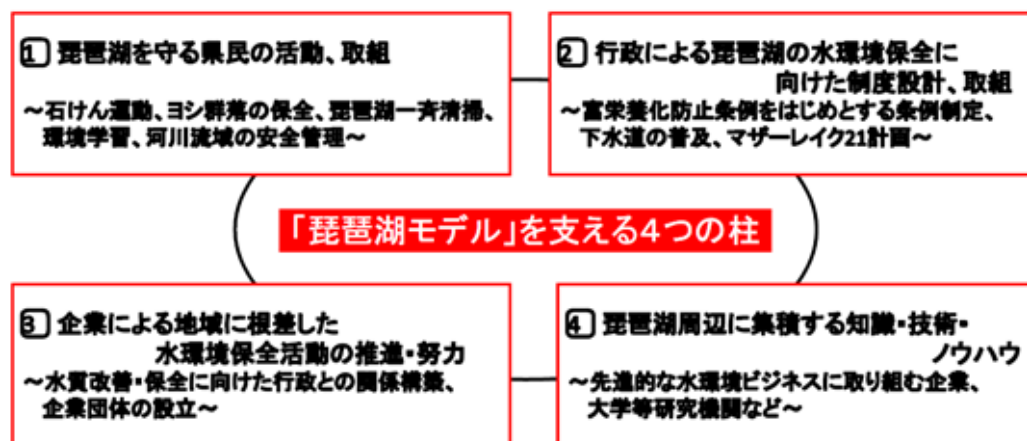
3. 滋賀県——環境と経済の両立、水環境保全⁸

滋賀県は日本の中央部、京都・大阪・名古屋を結ぶ交通の要衝に位置し、多くの企業や工場が集積し、日本屈指の「モノづくり県」として発展してきた。また琵琶湖は、日本最大にして世界有数の古代湖であり、豊かな自然環境としての価値、水源としての価値（関西 1,450 万人の生活・産業を支える）、水産業の場としての価値など、さまざまな価値をもっている。1970 年代後半に、琵琶湖の淡水赤潮の発生を機に、主婦層を中心に合成洗剤の使用をやめて粉石けんを使おうという、「石けん運動」が始まり、その後、県民、企業、大学、行政等が連携しつつ、琵琶湖の適切な利用と環境保全に取り組んできた。琵琶湖富栄養化防止条例に代表される全国に先駆けた規制や水質改善の取組、住民の高い環境意識と活動に加えて、優れた水環境技術やノウハウを持つ企業の立地、さらには、新たな技術開発を行う大学等の研究機関の集積が進んでいる。

こうした蓄積をもとに、滋賀県は「環境と経済の両立」を理念として、1998 年から「びわ湖環境ビジネスメッセ」を開催している。同メッセは、持続可能な経済社会をめざし、環境産業の育成振興を図るため、環境負荷を低減する製品・技術・サービス等を対象とした商談・取引と情報発信・交流の場となる環境産業の総合見本市である。直近の 2014 年、2015 年のメッセには、300 を超える企業・団体が出展した。また 2015 年には、タイ（バンコク）とベトナム（ハノイ）で開催された環境・エネルギー・水処理関連の見本市や展示会においても、びわ湖メッセコーナーを設置するなど、アジア途上国の課題解決とビジネスのマッチングにも努めている。

滋賀県は、水環境関連の産業・研究機関の集積やこれまでの琵琶湖での水環境ビジネスの展開を図るために、産学官金民連携のプラットフォームとして、「しが水環境ビジネス推進フォーラム」を2013年3月に設置した⁹。同フォーラムは県の商工観光労働部商工政策課が事務局を務め、水環境ビジネスの最新動向、先進的な企業の取組や支援策などの情報提供を行うほか、具体的なビジネス案件の形成や共同開発等に向けたマッチングやチーム作りの場を提供している（2016年1月時点で、129企業・団体がメンバー）。また、琵琶湖を中心とした水環境保全に関する産学官民の先駆的な取組を「琵琶湖モデル」として整理し、取組企業の紹介とあわせて内外に発信している（図4-6）。

図4-6 琵琶湖モデル



（出所）滋賀県（2013）、滋賀県（2015）

同フォーラムが支援する取組の具体例として、JICA 草の根技術協力事業のもとで、地元の NPO や企業のノウハウを活用して、「中国湖南省における都市污水处理場運転管理技術と住民の環境意識の向上のためのプロジェクト」（2013～2015 年度）、「ベトナム観光島カットバの水環境改善に向けた協働体制づくりの協力支援」（2014～2016 年度）等が実施されている。滋賀県と湖南省は、両国を代表する淡水湖である「琵琶湖」と「洞庭湖」が縁で1983年3月に友好県省協定を締結して以来、環境を始めとする幅広い分野で研修生の受入れ等の交流事業を行っている¹⁰。湖南省への JICA 草の根技術協力事業が始まった2013年は、交流30周年目にあたる。2015年1月からは中国政府の資金を活用して、琵琶湖環境科学研究センターによる洞庭湖環境改善プロジェクトも始まっている。この他、環境省アジア水環境改善モデル事業（ベトナム・ダナン市）、国土交通省の下水道国際展開事業（ベト

ナム・クアンニン省)、台湾・台南市における工業団地の汚水処理、企業の廃水処理、NPO による課題発掘・調査事業等が進んでいる（滋賀県 2015）。

第 4 節 示唆と提言——内外の「つながり」をつくる

1. 得られた示唆

上述した 3 つの自治体の取組は、途上国の持続可能な都市づくりに向けた、「都市づくりパートナーシップ」の試みの先進事例といえる。ビジネスとしては事業化前の段階のものが多く、これらの事例は「都市づくりパートナーシップ」を切り口とした途上国のコミュニティビジネスを具体化するうえで、有用な示唆を提供している。3 点あげたい¹¹。

第 1 に、当該地域のリソースを活用し、地域に根ざした国際化に取り組むことの重要性である。各地域は特徴ある産業集積をもち、工業化や都市化の過程で直面した課題に対し、自治体・企業・NPO 等が連携して解決策を講じてきた。諸課題を解決する過程で蓄積された、環境・産業技術・都市づくりの経験や知恵、及び行政と企業・市民が協働する社会の仕組み（社会システム）は、歴史のなかで当該地域が培った貴重なリソースである。

例えば、横浜市は 1960～70 年代の高度成長期に急速に東京のベッドタウン化し、都市インフラが不十分なまま人口が激増し、無秩序な宅地開発が進み、居住環境が悪化していった。こうした課題を克服しながら、都市経営のノウハウ、上下水道を含む居住環境整備などの経験が自治体、企業、NPO 等に蓄積されていった。これらはアジアのメガ都市が現在、あるいは近い将来、直面する課題である。北九州市は製鉄所を核として、特に戦後は重化学工業地帯として急速な発展を遂げたが、工業生産の増大に伴う大気汚染や水質汚濁など、深刻な公害問題に直面した。北九州市は、公害克服の過程で地元で蓄積された技術・経験を活かして、アジアの環境都市づくりに貢献すべく、国際協力や環境ビジネス支援に取り組んでいる。滋賀県は長年、琵琶湖の環境保全と経済発展の両立に挑戦し続けている。高度成長期に産業・農業排水によって汚染されていた琵琶湖だが、今では水質浄化され生態系が保全されている。この間、産学官民により琵琶湖の水環境保全のために先駆的な取組がなされてきた（せっけん運動、水質汚濁防止や富栄養化に向けた制度設計、企業による自主的な水質管理、都市から農村まで多様な地域特性に応じた汚水処理など）。こうして、各地域に根ざした知見・技術・人材等をリソースとして、アジア途上国の持続可能な都市づくりに自治体が企業、NPO 等と一緒に関わることは、地方発の国際化による地方創生をめざす取組にもなろう。

第 2 に、相手国の社会に深くつながる海外展開を進めることの重要性である。日本と発展段階、生態系、社会文化等が大きく異なる多様なアジア諸国・都市を対象に、ビジネスを通じて持続可能な都市づくりに貢献するには、適正技術や社会システムといった点でローカリゼーションが不可欠であり、現地の行政・企業・NPO、あるいは大学・研究機関を巻き込んだ深い関係構築、協働作業が必要となる。

この意味で横浜市、北九州市、滋賀県はいずれも、長年にわたる海外の友好都市との交流、国際協力等で構築してきた途上国との都市間ネットワークを積極的に活用して、アジアの様々な現地機関と協力関係を深める努力をしている。JICA の草の根技術協力事業や JETRO の RIT 事業への応募・実施は、この努力の一環といえよう。また、横浜市は自治体で初めて、JICA と包括的連携協定を締結して国の国際協力機関との関係強化を図っているほか、2012 年からアジア新興国の市長や国際機関を招いて「アジア・スマートシティ会議」を開催し（於横浜）、アジアの都市間ネットワーク構築に取り組んでいる。北九州市の KITA は、そもそも JICA 北九州を誘致し、技術協力を通じて環境・産業技術を海外展開することで北九州を環境国際協力の拠点にするために 1980 年に設立された。また、滋賀県は中国の湖南省と 30 年余にわたり友好関係を築いており、これを軸に、県内企業が参加のもと、琵琶湖の環境保全の経験を洞庭湖に共有する協力が展開している。

第 3 に、上記 2 点と関し、地域の様々な関係者やリソースを束ね、さらに海外現地とのネットワークをつくる「つながり」のハブとなる組織（人材）の役割の重要性である。都市づくりの経験は自治体だけでなく、企業や市民、大学・研究機関等の様々な組織に蓄積されており、社会の仕組み（社会システム）そのものといえる。3 つの事例に共通するのは、内外の多様な関係者を既存の組織・領域・関係を超えてつなぎ、途上国の都市づくりパートナーシップ構築にむけたリーダーシップを発揮する人材や組織の存在である。自治体や NPO が重要な役割を果たしている点を特記したい。

例えば、横浜市は 2011 年に Y-PORT 事業を立ち上げ、当初は政策局、2015 年 4 月からは国際局のもとで、海外の都市間ネットワークの構築、市内企業の海外ビジネス展開の支援、JICA や ADB 等の他機関との連携などを推進している。北九州市は、市の環境局直轄のアジア低炭素化センターが国際技術協力を担う KITA や環境研究機関 IGES と一体となって、「北九州モデル」の構築・発信、地元企業のもつ技術輸出や環境配慮型の都市輸出の支援、国際協力を通じた環境・産業技術の海外展開などを行っている。滋賀県は、観光商工労働部が琵琶湖メッセや「しが水環境ビジネス推進フォーラム」等の事務局として、産学官民をつ

なぎ、さらには海外とのネットワークづくりも推進している。表 4-2 に概要をまとめる。

表 4-2 「都市づくりパートナーシップ」を支える仕組み（3 自治体の例）

自治体（例）	都市づくりのノウハウ	内外の「つながり」ハブ機能
横浜市	・持続可能なメガ都市（Sustainable Mega City） ・都市経営のノウハウ、上下水道を含む居住環境整備の経験	・横浜の資源・技術を活用した公民連携による国際技術協力（Y-PORT）事業（事務局：国際局） ・横浜水ビジネス協議会（事務局：環境創造局と水道局）
北九州市	・環境都市（Green City） ・公害克服の経験にもとづく環境配慮型の社会システムの都市輸出	・アジア低炭素化センター（環境局）、北九州国際技術協力協会（KITA）、地球環境戦略研究機関（IGES）が一体となって活動
滋賀県	・環境と経済の両立 ・琵琶湖の適切な利用と水環境保全の取組	・しが水環境ビジネス推進フォーラム（事務局：滋賀県商工観光労働部）

（出所）筆者作成

2. 提言

上述した 3 つの示唆をふまえ、日本のものづくり中小企業の海外展開を通じて途上国のコミュニティビジネスを推進し、持続的な都市づくりに貢献していくために、特に（中小企業を支援する）地方自治体、支援組織（国・地域レベル）、NPO などが取り組むべき方向を提言する。

- （1）**提言 1：**自治体または支援組織・NPO がハブとなり、地域のものづくり中小企業に対して、組織横断的に、国内外の様々な施策・事業の紹介、交流の場づくりなどを行うプラットフォームを構築する。【地元中小企業とのつながり】

——これは、地域のものづくり中小企業に対し、情報提供や交流の場づくりなどを通じた日常的な関係性をもとにプラットフォームを築き、そこに国内外の各施策・事業を走らせ国内外の支援を有機的に連携させる仕組みを構築するものである（領家 2015）。上述した横浜市、北九州市、滋賀県の例では自治体がプラットフォームの事務局を務めているが、ハブ役は自治体に限らない。諏訪地域では 6 市町村をまたいで広域的・横断的に産業活性化支援を行う NPO [諏訪圏ものづくり推進機構（通称、スワモ）] が行政と

協働して、地元企業に対して人材育成、企業体質強化、ビジネスサポート、情報提供等の支援を行っており、中小企業の海外展開支援のネットワークづくりにも取り組んでいる（大野 2015、村嶋 2015）。また、信用金庫など、地元企業に近い金融機関がネットワークのハブになっている例もある。

- (2) **提言 2**：自治体や支援組織・NPO が、相互のつながりを強化することで、実務レベルで支援のワンストップ化とネットワーク化を進める。【支援する側相互のつながり】

——自治体や関連の支援組織・NPO、JETRO、中小機構、JICA など、実際に企業の海外展開支援を行っている実施機関が協力して、中小企業に対するサービスの質・速度を向上させることは重要である（「効率的なたらい回し」）。また、途上国にある日本大使館や先方機関をはじめとする諸組織とも密に連携をとり、必要に応じて相互訪問するとともに、メール等でいつでも連絡し合える関係を築くことが肝要である。

- (3) **提言 3**：自治体や支援組織において、国際交流・国際協力事業と企業支援事業との連携を強化する。【各支援組織の内部のつながり】

——多くの自治体は、企業への国内ビジネス支援とともに、途上国を含む世界各国との国際交流・国際協力を行っている。これらは通常、異なる部署が担当している。途上国の持続可能な都市づくりにビジネスを通じて取り組むには、都市問題等の現地の課題への理解はもちろん、それを担っている相手国の行政や市民、研究機関等とのネットワークが重要になる。ここに国際交流・国際協力事業で構築してきた現地ネットワークを活かせるはずである。今後、企業支援と国際交流・国際協力を担当する部署（あるいは関連組織）の連携を一層強化することは重要である。その意味で、横浜市が国際局を設置し、海外との交流を一元的に担い、課題別の局と連携する機能を制度化した点は注目に値する。これは規模の大きい自治体だからできることだが、国内ビジネス支援機能と国際交流・国際協力活動をつなぐことの重要性を示唆している。

- (4) **提言 4**：適正技術を開発し、現地の事情に適合した都市システムや技術輸出となるよう、国内・海外現地における実証体制を整備する。その際に、ODA で培った現地ネッ

トワークも活用して相手国の研究機関・大学や技術協力機関等と日本企業との交流、共同研究・開発を推進する。【現地組織とのつながり】

——例えば、ケニアで JICA が 20 年余にわたる技術協力で育てた、ジョモケニヤッタ農工大学（JKUAT）は長年にわたる日本の大学との教員・学生交流を通じ、親日的な教育・研究機関になっている。JKUAT の研究者と連携して、現地で実証事業を行う日本企業（数社）もある。さらにタイは、長年の ODA や人材交流を基盤として、ものづくり技術や文化を理解する組織・人材層が厚い。泰日経済技術振興協会（TPA：ものづくり技術をタイで普及するために元日本留学生・研修生の有志が 70 年代に設立）や泰日工業大学（TNI：TPA を母体にタイのイニシアティブで設立された、私立のものづくり大学）は、日本企業の技術をよく理解し、タイ企業と強いネットワークをもっており、タイ側のニーズに合った両国企業のマッチングや共同研究に意欲的である。こうした現地発のイニシアティブを尊重し、現地組織と協力関係をつくって、日本企業が適正技術の研究・実証に取り組んでいくことは重要である。

——同時に、特に日本の中小企業が現地組織と共同で適正技術の開発に取り組む際には、知的財産権の保護・活用に関する助言や、必要な支援を行える体制を整えておくことも重要である。

- (5) **提言 5：** 現地の行政、企業、NPO などとのビジネスを通じた交流のなかで、必要あれば、現地組織の能力強化のための技術協力を実施する。【現地組織の能力強化】

——例えば、北九州市はベトナムのハイフォン市において、当初、JETRO の RIT 事業を通じて現地企業とのビジネスマッチングを試みたが、裾野産業が十分に発達しておらず、まずは地場企業の能力を高める必要性が明らかになった。これをうけて、KITA が JICA 制度を活用し、現地の教育訓練機関と連携して地場企業の能力強化を支援する技術協力を行っている。RIT 事業から JICA 事業へのフォローアップができたのは、北九州市のアジア低炭素化センターがハブ機能を担い、様々な事業の相乗効果を考えながら、企業や NPO と連携を図っていることによると思われる。

最後に、日本がものづくり中小企業や地方を巻き込んだ「新しい国際化」を迎えた今、また急成長・都市化を遂げるアジアなどの途上国において持続可能な開発への取組が急務と

なった今、「都市づくりパートナーシップ」を切り口としたコミュニティビジネスの展開は、途上国にとっても、日本にとっても互恵的な取組といえる。都市づくりの経験は地域に根ざしており、国内においては自治体、企業、市民社会を含む NPO、研究機関などのさまざまな組織・人材に支えられている。こうした地域のリソースを束ね、さらに途上国のニーズに適応させてビジネス展開をしていくには、当該地域の諸機関、国レベルの支援機関、そして現地（相手国、及び日本）の諸機関との重層的な「つながり」をつくることが重要である。

<参考文献>

日本語文献

- ・ 大野泉「新段階を迎えた中小企業の海外展開―「つながり力」を高めるための支援策と事例」、第 2 章、大野泉編著『町工場からアジアのグローバル企業へ―中小企業の海外進出戦略と支援策』中央経済社、2015 年
- ・ 外務省「開発協力大綱―平和、繁栄、そして、一人ひとりのより良き未来のために」2015 年（平成 27 年 2 月 10 日閣議決定）
- ・ 北九州アジア低炭素化センターホームページ <http://www.asiangreencamp.net/index.php>
- ・ 北九州市アジア低炭素化センター『「北九州モデル」による環境配慮型の都市輸出』、石田謙悟 報告資料「中小企業の東南アジア進出に関する比較研究」APIR 2014 年度第 1 回研究会、2014 年 7 月
- ・ 滋賀県「滋賀の水環境ビジネス ～琵琶湖で育んだ企業の知恵と技術～」、2013 年
- ・ 滋賀県商工観光労働部商工政策課「滋賀の水環境ビジネスの取組について」、2015 年 7 月 14 日更新
- ・ 中小企業庁『中小企業白書 2010 年版』、2010 年
- ・ 村嶋美穂「各産業集積地における中小企業の現状と海外展開の取組み」、第 4 章、大野泉編著（同掲書）
- ・ 横浜市国際局ホームページ <http://www.city.yokohama.lg.jp/kokusai/yport/>
- ・ 横浜市政策局国際技術協力課「横浜市の公民連携による国際技術協力」、橋本徹 報告資料、APIR/GRIPS 共催セミナー、2014 年 7 月
- ・ 領家誠「ものづくり中小企業の海外進出と地方自治体の役割」、第 3 章、大野泉編著（同掲書）

英語文献

- ・ International Monetary Fund (IMF) , World Economic Outlook Database, October 2015.
<https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2015/02/weodata/index.aspx>
- ・ United Nations (UN) Department of Economic and Social Affairs, World Urbanization Prospects, The 2014 Revision: Highlights, New York: UN, 2014.
- ・ UN, Transforming Our World: the 2030 Agenda for Sustainable Development. Resolution adopted by the General Assembly on September 25, 2015. RES/70/1.

-
- ¹ 『中小企業白書 2010 年版』がその転換点となった。2011 年 6 月には「中小企業海外展開支援大綱」が策定された（12 年 3 月改訂）。
 - ² SDGs が掲げる 17 の目標のうち、目標 11 は「安全、強靱かつ持続可能な都市と人間の居住地」であるほか、他の目標も「水と衛生施設へのアクセスと持続可能な管理」（目標 6）、「持続可能で近代的なエネルギーへのアクセス」（目標 7）を含め、持続可能な都市の実現と密接に関連している。
 - ³ 本節は、大野（2015）『町工場からアジアのグローバル企業へ：中小企業の海外進出と支援策』第 2 章 3 節（3.2.4）に基づいている。
 - ⁴ 横浜市は 2015 年 4 月に国際局を設置し、開港以来の歴史や海外諸都市・機関等とのネットワーク、これまでの国際協力の成果などを活かし、自治体外交を展開して、「世界とともに成長する横浜」の実現をめざしている（具体的には、都市間連携、グローバルな課題解決への貢献、多文化共生社会の実現）。
 - ⁵ 本節は、大野（2015）第 3 節（3.2.4）と村嶋（2015）第 4 節（4.2、4.3）に基づく。
 - ⁶ アジア低炭素化センターのホームページ「北九州モデルの構造」に映像としても閲覧可能である（日本語・英語・中国語）。<http://www.asiangreencamp.net/active3.html#movie>
 - ⁷ RIT 事業は JETRO の地域間交流支援事業で、日本各地の中小企業がグループ単位で海外地域との間でビジネス交流を進め、商談することを支援するもの。商談の結果、輸出や技術提携、共同製品開発等が行われ、ひいては地域産業活性化に資することを目的とする。
 - ⁸ 本節は、滋賀県（2013）及び滋賀県（2015）を参考に作成している。
 - ⁹ 「しが水環境ビジネス推進プラットフォーム」は、「しが水環境ビジネス研究会」（座長：京都大学流域圏総合環境質研究センター、清水芳久教授）が 2012 年 3 月にまとめた報告書提言をうけて、2013 年 3 月に設置された。
 - ¹⁰ 湖南省が有する洞庭湖は、近年、経済発展の代償として水質汚染問題が深刻化し、かつては中国最大の淡水湖だったが、汚泥流入等の環境破壊によって湖水面積が縮小し、現在では中国第 2 位になっている。自然環境・生態系の保全、環境に配慮して経済成長する取組を進めるうえで、湖南省は琵琶湖モデルに強い関心を示している。
 - ¹¹ これらは筆者が 2012～14 年に（一財）アジア太平洋研究所（APIR）で中小企業の海外展開研究に取り組んだ際に、ものづくり中小企業のアジア等での海外生産展開を長期に持続させるために必要な要素として抽出した事項とも共通点がある（大野 2015 を参照）。

第5章 一村一品運動の教訓とコミュニティビジネス

松井グローバル代表

松井 和久

要 約

大分県の一村一品運動は、地域住民主体で、地域性の強い地域資源を活用し、その価値を高め、富の地域内循環を起こす運動であった。コミュニティビジネスはこれらの運動の持続性・継続性を確保するものだが、まずはコミュニティの課題・問題を正確に把握・認識する必要があり、そこに外部者の適切な関与の意味が存在する。コミュニティの危機は世界同時進行であり、国境を超えたコミュニティビジネス連携が試行される時代となった。

第1節 はじめに

昨今、コミュニティビジネスが注目を集めている。ここでのコミュニティビジネスは、「コミュニティでのビジネス」なのか、「コミュニティによるビジネス」なのかで内容が大きく変わり得る。

前者においては、コミュニティに属する地域住民（以下「地域住民」と称す）がビジネスを行う場合だけでなく、外部者がコミュニティを対象としてビジネスを行う場合が含まれる。一方、後者においては、行為者が地域住民であっても、それが地域住民自身のために行う場合と外部者のために地域住民が行う場合とが考えられる。

外部者がコミュニティでビジネスを行う場合には、BOP（Base of Pyramid）ビジネス¹がその範疇に入ってくるが、その目的がたとえコミュニティの社会的厚生を高めることだとしても、地域住民が自律的かつ持続的な活動を行うことは必ずしも想定されない。他方、地域住民が地域おこし運動を持続的に行っていくには、単なる慈善活動を超えたビジネスの形態を採ることが求められてくる。

地域振興との関連でコミュニティビジネスを捉えるならば、それは住民自身による自律的な活動という文脈で位置づけられる。すなわち、そこでのコミュニティビジネスは、自分たちの地域をどうしていくのかという、地域住民自身の主体性やイニシアティブに基づい

で活動し、それをビジネスの形に展開していく、という意味である。

本章では、以上のような文脈でコミュニティビジネスを考察するが、そこに結びつけられる地域振興の実例として、大分県から途上国へ広まった一村一品運動をレファレンスとして取り上げる²。そこでのポイントは、コミュニティビジネスを進めるうえでのテクニックというよりも、人材育成と人材ネットワーク活用、とりわけ内部者と外部者との関係に焦点を当てる。それを演繹する形で、国境を超えたコミュニティビジネスの連携の可能性についても若干言及したい。

第2節 日本の地域振興と一村一品運動

1. 日本の地域振興史と一村一品運動の誕生

戦後日本の経済復興は、焼け跡から先進国を目指すための政府の野心的ともいえる成長戦略によって主導された（表 5-1）。その主役は、軽工業に取って代わった重化学工業であり、新産業都市の指定を通じて、全国への産業再配置が進められた。その結果、東京と大阪を結ぶ太平洋ベルト地帯に加えて、全国各地に工業地域が形成された。産業の近代化と高度経済成長の達成で、国民所得は大きく上昇し、生活も豊かになっていった。

他方、戦後、疲弊した農村の復興もまた政府の重要課題となった。農村復興ではまず、生活改善運動を通じた農村生活の近代化が推し進められ、続いて米などの新品種導入を通じた農業生産の回復が図られた。しかし、高度経済成長は農村から都市への人口移動を促した結果、農村と都市の格差が急拡大し、一部の農村は廃村へと追い込まれた。

高度経済成長は日本経済の急成長をもたらし、工業化と近代化を推進した反面、所得格差・地域格差の拡大、過疎・過密、環境汚染などの深刻な副産物をも生み出すこととなった。1970年代の二度にわたる石油ショックの影響を受けた経済停滞期に、政府の進めた成長至上主義への国民の不満が高まり、多くの地方自治体で革新首長や市民運動が生まれ、経済成長よりもむしろ過疎・過密問題や環境汚染に対する対策が重視されるに至った。

表 5-1 戦後の日本における地域振興の歴史

1945	1950's	1960's	1970's	1980's	1990's	2000's
中央集権的な経済成長政策					地方分権化、地方への特別資金供与	
低い生活水準の問題		過密・過疎、環境問題			東京への一極集中	
民主化政策			革新地方自治体		政党色の薄い地方自治	
		環境問題やより良い生活への満足・権利を求める住民運動			NGO/NPO、自治体間、官民協力	
生活改善運動、村落の近代化			地域おこし運動		地域づくり、地域を超えたネットワーク	
		大山町、由布院				
				一村一品運動		

(出所) 筆者作成。

日本の地域振興の歴史において、地域おこし運動はこうした高度経済成長に伴う過疎化などで存立危機に直面した地方農村などで起こってくるが、それは、成長を続ける都市への対抗策とはなり得なかった。あくまでも、存立危機をどう回避し、貧困からどう逃れようと苦悩した農村の存続をかけた運動だったのである。

大分県の一村一品運動は、日本の地域振興における代表事例とされるが、それに先立った現状は上記のような厳しいものだった。たとえば、県内最貧で山間部にある大山町は、国による米の自給政策に追従したままでは貧困から抜け出せないとして、米作に不適な土地でも収益の上がる梅・栗など高付加価値の産物に未来をかけた。そして、農業による天候リスクを避けるため、屋内で一年中収穫できるキノコ栽培に活路を見出した。また、由布院では、1970年代、高度経済成長に伴って東京や大阪から押し寄せる大規模資本による観光乱開発を拒み、独自の環境配慮型温泉地を守る様々な運動を続け、環境配慮型温泉地としての地位を確立した。加えて、大山町でも由布院でも、地域の将来を担う青年たちを海外視察へ派遣し、地域振興に外からの視点を入れようと努めた点が特筆できる³。

当時の大分県副知事でその後県知事となった平松守彦氏は、大山町や由布院のような地域が自らのイニシアティブに基づいて地域を守り発展させようとする姿から学び、これを他の市町村にも広めようと、1979年に一村一品運動を提唱した。実際の一村一品運動は、重化学工業化が進む大分県沿岸部とは対照的に開発から取り残されていった内陸地域の開発動機を維持させるための副次的な意味合いを持つものであった⁴。

2. 地域振興マネジメント手法としての一村一品運動

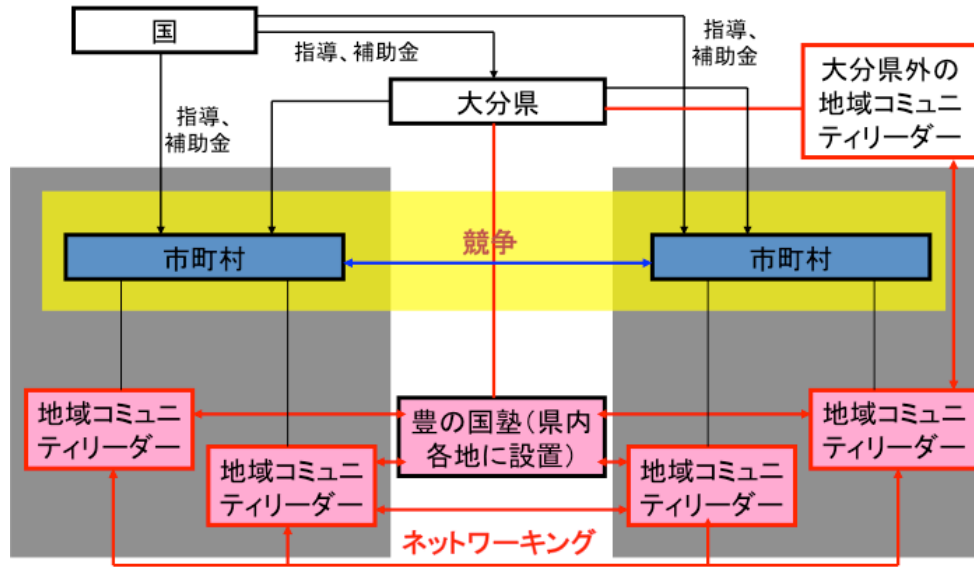
大山町や由布院などの事例から演繹された一村一品運動の三原則は、(1) グローバルに考えローカルに行動する、(2) 自主自立・創造性、(3) 人材育成、である。すなわち、各地域住民自身が誇りを持てる地域資源を生かしたモノやコトを見つけ出し、彼ら自身のイニシアティブで考え抜いて世界に通用するレベルまで磨き、それを通じて地域リーダーなどの人材育成を目指した運動である。一村一品は、地域住民が誇りを持てるモノやコトは一つの村に一つである必要はなく、どの村にも最低一つはそれがあるはずという意味である⁵。また、単なる特産品開発ではなく、人材育成に最大の力点が置かれた。

一村一品運動は大分県の施策であるが、既存研究では、それをどのように活用して県全体の地域振興を果たそうとしたかという観点がともすると軽視されがちである。平松県知事は、一村一品運動の名の下、県内の市町村間で地域資源活用の健全な競争意識を促し、市町村の創意工夫を促した。その際、一村一品運動のために特別な財政措置は採らず、既存の補助金を活用するに留めた。必要であれば、大分県は研究開発面で技術支援を行ったり、県知事自ら地域産品を東京などへ売り込んだりした。市町村が主体となり、県はそれを必要な限りでサポートするという態度を貫いた。

さらに、大分県は、市町村レベルで一村一品運動を引っ張る地域リーダーを対象とした「豊の国づくり塾」と呼ばれる集合研修を頻繁に県内各地で開催し、外部講師による新しい知識や情報を吸収するだけでなく、地域リーダー間のネットワークを形成させ、彼らの間で情報共有・経験交流を強く促した。

このように、大分県は、一村一品運動をいわば地域振興マネジメント手法として活用したと言える（図 5-1）。そこで最も重要なのは地域リーダーの育成であり、モノやコトの出現はその結果に過ぎなかったとも言えるだろう。

図 5-7 一村一品運動に見る大分県の地域振興マネジメント手法



(出所) 筆者作成

3. 一村一品運動と全国の地域おこし運動への影響

大分県の一村一品運動が始まると、日本全国の都道府県で同様の活動が起こった。前述のように、どの地方も都市と農村の格差拡大に悩み、高度経済成長から取り残された感のある農村を中心とした地域おこし運動の必要性を強く認識していた。一村一品運動から学ぶために、全国から大分県への視察が相次いだ。が、すべての都道府県が一村一品運動を理解したとは言えなかった。すなわち、多くは特産品開発などに終始し、また、県の意向が強く反映されてしまった。その結果、一村一品運動が持つ活動の持続性を発揮することができず、一過性の活動で終わったところが少なくなかった。

もっとも、行政とは関係なく、一村一品運動の精神は全国の様々な市町村へ点在していくことになる。それは、一村一品運動を通じて作られていった地域リーダー間のネットワークが全国へ広がり、全国の地域リーダーが結びついていったからである。こうしたネットワークを通じて、行政の手を借りずに、地域リーダーは軽やかに他の地域リーダーと結びつき、情報共有や経験交流の輪を広げている。大分県では、平松県政の終焉とともに「一村一品運動」という用語が消えてしまったが、その精神と軌跡は、これら在野の地域リーダーに今も引き継がれていると言える。

第3節 世界へ広がる「一村一品」

1. 「一村一品」の変容

日本の地域振興の事例として、大分県の一村一品運動は世界中に広まっていった。とくに、開発途上国での地域振興策として重視され、日本の経済産業省や JICA などを通じてアジア・アフリカ・ラテンアメリカ諸国へ紹介され、導入が促された。

それらのなかで最も有名なのは、タイのタクシン政権が主導した OTOP (One Tambun One Product) である。タンブンは日本での市町村レベルに相当する。基本的には、大分県と同様、タンブンで地域の誇りとなるモノやコトを見つけ出し、その質を高めて、輸出を目指す。ここでは、内閣の中に OTOP 委員会が設置され、国家予算に基づく補助金をセットにしたトップダウンで実施された。各地方レベルにおいて、OTOP の名の下に作られた製品のコンテストが行われ、そこで優秀と認められた地方産品が全国レベルでのコンテストへ出展され、5 つ星の評価で輸出可能な品質レベルと見なされる。このようにして、タイの OTOP は全国に浸透し、OTOP のマークを付けた製品として、首都バンコクの空港などで販売されるようになった。

近年、一村一品運動の導入に熱心なのはアフリカ諸国で、マラウィを皮切りに、セネガル、ケニアなどで、JICA 事業として進められている。多くは中央政府によるトップダウン型で、農民グループによる特産品開発やそのための低利融資制度の整備などが成果と見なされている。

本来、一村一品運動は国ではなく、大分県の施策である。しかも、大分県が市町村を従わせたというよりは、市町村が自律的に進めることを促し、必要な部分のみ県が支援するという、ボトムアップ型の取り組みであった。一方、これが海外へ広がる場合、外国開発援助の形をとるため、JICA などを通じて、国家間の中央政府レベルで事業が進められるのが常であり、トップダウン型になる傾向が強くなる。前述のように、一村一品運動を地域振興マネジメント手法という観点から考えると、トップダウン型は本来の一村一品運動とは異なることになる。

2. 「プロジェクト」と「運動」

さらに、大分県の一村一品運動とその適用としての海外へ展開する一村一品との間には

決定的な違いがある。すなわち、前者が一村一品「運動」であるのに対して、後者は一村一品「プロジェクト」なのである。

表 5-2 は、「プロジェクト」と「運動」の対照表である。一般に「プロジェクト」では、決められた予算を使って一定の期間内に成果目標を達成することが求められる。事業・予算管理をきちんと行うためにコンサルタントなどの外部者が主導となり、トップダウンで効率的に行うことが求められる。他方、「運動」はゆるい。必ずしも期限を決めて行うものではなく、成果もさることながら、むしろプロセスを重視する。外部者は「運動」の旗振り役であり、内部者が動かなければ「運動」は何も進まない。期限が明確でなく、そのため予算も明確でなく、成果が見えにくいがために評価もまた困難を極める。

大分県の一村一品運動を県民所得や雇用の数字で地域振興に貢献したかを論じた研究は存在する。しかし、一村一品運動はプロジェクトではないため、数値で測る明確な目標は持たず、むしろ運動の持続性や人材育成といった観点から意義づけられるべきである。

他方、海外で適用された一村一品「プロジェクト」は、目標達成を常に求められるため、決められた期限内に特産品開発や販路拡大などの目に見える成果をきちんと出すことが要求される。そして、場合によっては、プロジェクト終了とともに事業が雲散霧消したり、開発援助継続が目的となって事業を無為は何フェーズも続けさせたりするケースが起こる。

表 5-2 「プロジェクト」と「運動」

プロジェクト	運動
期限性	継続性
成果主義	プロセス重視
コンサルタント	地元リーダー
固定的	柔軟
トップダウン	ボトムアップ
予算管理がしやすい	予算管理が難しい

(出所) 筆者作成

そこでの根本問題は、地域住民がプロジェクトの主役となり得ていないことである。そもそも、一村一品プロジェクトが地域住民の自立的なニーズに基づいて立ち上げられたものであるかどうかが問われてくる。地域住民はどうしても中央政府の事業に動員される形に

になってしまう。それは、「県は自ら助くる市町村を助く」とした大分県の一村一品運動とは全く異なるものである。たとえ一村一品プロジェクトが成果を出したとしても、地域住民が主役となっていない限り、地域振興の持続性や自律的发展性は担保されまい。

「プロジェクト」と「運動」の相違は、地域住民によるコミュニティビジネスを考察する際の内部者と外部者との関係を考えるうえで、極めて重要な意味を持つのである。

第4節 地域づくりとモノづくり

1. 重要なのは「村」か「品」か

ここまで、日本の地域振興の事例として大分県の一村一品運動を取り上げたが、「一村一品」で大事なものは「村」なのか、「品」なのか。すなわち、重点が置かれたのは地域なのか、産品なのか。この点をしっかり考察しておく必要がある。

大分県の一村一品運動は、沿岸部に比して開発の遅れた内陸部の農村にも地域おこしの機会を提供し、発展への意識を持たせることを目指した。つまり、一村一品運動は地域に本来の力点を置いた。そして、地域を元気にするための手段として、地域で誇りの持てるモノやコトを見つけ、その価値を高めるという方策を採った。ということは、一村一品運動は、村で誇りの持てる最低一つの品を作る運動というよりも、最低一つの品を作って村に誇りを取り戻す運動であったと考えたほうが良いのかもしれない。「品」はあくまでも「村」のための手段であり、産品づくりが地域振興へつながるという図式になる。

現実にはどうであろうか。前述のように、一村一品「プロジェクト」は目に見える成果を重視することから、特産品づくりを目標とする傾向がある。また、日本でも、地域おこしや地域づくりでの中心は産品振興であり、様々な製品開発が重視される。メディアなどが注目するのも産品振興や製品開発であり、それが実際、地域に対してどのようなプラスの効果を与えたのか、地域の誇りを高めたのか、地域振興の持続性を高めたのか、といった面がむしろ注目されなければならないはずである。

すなわち、日本でも海外でも、実際の現場では、一村一品の「村」よりも「品」を中心に活動が進められ、「品」が「村」にどのようなプラスの効果を与えるかについての認識が少ないということになる。それは、「村」よりも「品」のほうが目に見える成果を示しやすく、評価しやすいからである。この点については、後述でコミュニティビジネスの意義を考える

際にも重要なポイントになる。

2. モノづくりと地域づくりの乖離

「品」は「村」のための手段である、産品開発は地域振興のための手段である、ということとを、モノづくりと地域づくりの持つ特性の違いから考えてみたい。

地域でのモノづくりは、そこにある地域資源の活用から始まる。地域資源からなる原材料を使って、特産品を作る。ところが、他所に同様の原材料があり、そちらのほうが廉価だったり、質がよかったり、あるいは地元の原材料が枯渇したりすると、他所から原材料を調達するようになる。すると、地元の原材料を使わないことで、その地域は他所の原材料を使った単なる生産の場となる。その地域で生産することがコスト高になると、他所で生産するようになってしまう。すなわち、モノづくりのみを重視すると、生産の場が地域から離れて、地域づくりができなくなってしまう可能性があるのである。

こうしたモノづくりと地域づくりの乖離が生じるのは、活用される地域資源（原材料や職人など）がその地域から離れてしまうからである。また、その地域が単なる生産の場である以上の価値を生み出せなかった、あるいは製品にそのような地域が持つ独自の価値を付加できなかったためでもある。

地域づくりの観点から言うと、その地域で生産されるモノには強い地域性が不可欠になる。すなわち、他所にはない、他所ではできないオンリーワンの製品を作ることである。そのためには、他所へ動かさない地域資源に注目してそれを活用し、モノづくりの現場を地域内に留めることである。そして、地域性を強く持つ製品の価値を高めることに集中する。さらには、他所からの原材料を使わないことで、地域から他所への資金流出を抑え、製品の売り上げによる収入資金が地域内で循環する、つまり、富の地域内循環を作り維持することが重要となる。

大分県の一村一品運動は、一般にモノづくりが注目されがちであるが、そこでのモノづくりは、地域資源の持つ独自の地域性を十分に活用し、そのオンリーワンの中身を磨いて価値を高めるという意味で、地域づくりと密接に結びついていた。モノづくりを地域づくりから遊離させない努力がそこにあり、それが地域づくりの持続性と地域の存続にとって不可欠なものとなった。

他方、海外での一村一品「プロジェクト」の多くは、目に見える成果を早急に求めるため、

モノづくりのみを重視しがちで、プロジェクト実施時点でのモノづくりが地域づくりとどのような関係性を持っていくかについての関心は低いままであった。地域づくりはモノづくりを包含するが、モノづくりは必ずしも地域づくりにつながらないのである。

以下では、これまでの一村一品運動を事例として引き出した地域振興・地域づくりを進めるうえでの教訓を踏まえながら、コミュニティビジネスのあるべき姿について考察していくことにする。

第5節 コミュニティビジネスにおける地域住民と外部者

1. コミュニティビジネスの主役は誰か

コミュニティビジネスは、言うまでもなく、コミュニティにおいて行われるビジネスである。そこでのビジネスの主役はコミュニティを構成する地域住民である場合もあるし、地域住民を対象に外部者がビジネスを行う場合もあり得る。しかし、地域振興の観点に立って、富の地域内循環を作ることを目指すならば、地域住民が主役となる形でのコミュニティビジネスを想定する必要がある。外部者によるコミュニティビジネスでは、外部者の関わり方如何によって、地域住民はビジネス対象あるいは単なる傍観者となり、ビジネスで得られる富は、コミュニティの外の外部者へ流出するからである。

もっとも、地域住民が主役のコミュニティビジネスであっても、前述のように過度にモノづくりへ傾倒すれば、富の地域内循環は作られず、ビジネス自体の存立基盤がそのコミュニティから消えてしまうこともあり得る。

地域住民が主体となるコミュニティビジネスの目的は何か。それは、一村一品運動の事例でも見られたように、地域活性化や地域資源利用を通じた地域振興である。しかし、地域おこしや地域づくりの課題は、継続性・持続性をどのように確保していくかという点にある。日本の地域おこしでは、ある時点で成功ともてはやされた事例が数年経つと失敗例へと評価が変わったり、成功事例をそのまま続けても数年しか持たなかったりする例が意外に多い。成功事例がダメになる前に新しいネタを作る必要がある。

これらのケースでは、政府の補助金や優遇策を活用した事例が多く、どの時点でどのように自立して活動が続けていくかという視点に乏しい傾向がある。地域おこし活動は、ビジネスとすることで、活動の継続性・持続性を確保できる可能性が出てくるのである。

すなわち、コミュニティビジネスは、主役となる地域住民が政府支援に頼らず自立的に事業化し、富の地域内循環を生み出し続けることで、地域振興が実現されるというプロセスに位置づけられる。それは、地域住民が自分たちのコミュニティの未来づくりへ向けて責任を果たすという意味でもある。

コミュニティビジネスの目的を地域づくり、地域振興と位置付けるならば、まず初めにしなければならないことは、コミュニティが直面する課題・問題を地域住民自身が明確に把握・認識することである。それらの課題・問題は、地域住民が日常生活レベルで自ら解決できるもの、補助金など行政の力を使う必要があるもの、地域住民の創意工夫したビジネスによって解決できるもの、などに峻別されうる。

しかし、地域住民が課題・問題だと思っていることが本当の課題・問題であるとは限らない。多くの場合、地域住民が地域のことを最もよく知っているという暗黙の前提で事業が計画・実施されるが、誤った課題・問題設定のまま進んでしまうことも少なくない。途中で誤りに気がついて、事業を中止してやり直すことは至難である。このような状態では、コミュニティビジネスが課題・問題解決をすることはできないし、ビジネスを持続的に発展させることも難しい。

では、どのようにして地域住民は本当の課題・問題を把握・認識できるのだろうか。実は、そこで果たされるべき外部者の役割がある。

2. 地域住民と外部者との関わり方

前述のように、コミュニティビジネスには、地域住民が主体となって自律的に行うビジネスと、そのコミュニティで外部者が地域住民に対して行うビジネスとが考えられる。後者の場合、地域住民が主役とはならず単なる対象または傍観者で終わる可能性がある。ここで考えるのは前者のケースでも外部者の役割があるということである。

一般に、地域住民には外部者に対する劣等意識がある⁶。新しい進んだ知識や技術は外から持ち込まれると認識しているため、外部者は自分たちより専門性があり、優秀だと捉えてしまう。その結果、外部者がよほど威丈高だったり強引だったりしない限り、地域住民は外部者の意向を汲み取ろうとし、それにできるだけ合わせようと試みる。それが故に、外部者は地域住民が自分の考えや計画に賛成してくれていると思ってしまう。地域住民から批判や反対意見が出ないことを理由に、外部者は、本当の課題・問題を把握・認識しているかを

確認することなく、事業を進めてしまう。

これは、日本でも開発途上国でもどこでも一般的に起こっていることである。その際、外部者からみると、外部者の考えや計画を批判しない地域住民の能力不足が原因と思いがちである。しかし、地域住民のイニシアティブに基づくコミュニティビジネスを促すのであれば、まず、外部者による地域住民との関係性の作り方に大きな配慮が必要となろう。

では、外部者はどのように地域住民と接するべきなのか。外部者は決して地域住民に教えるではなく、同時にそう受け取られないように努める必要がある。むしろ、外部者が地域住民からそのコミュニティについて学ぼうとする姿勢が望ましい。コミュニティの本当の課題・問題は、地域住民自身が気づき、納得する必要がある。

外部者の役割はその手助けである。その方法は、実は意外に簡単である。すなわち、事実のみを尋ねる質問をしながら地域住民と対話していくことである。外部者と地域住民との間で事実に関する質疑応答をひたすら続ける対話プロセスのなかで、地域住民は様々なことに気づき始める。そして、そうした気づきのなかから、自分たちにとって本当に解決が必要な課題・問題とその理由が必然的に浮かび上がってくる。外部者はそれを尊重し、課題・問題がより明確になるようなヒントや情報を投げかけながら、地域住民が自ら課題・問題解決のために何をするのかの議論を促していく⁷。

こうしたプロセスを通じて、外部者は、地域住民が自ら正しく課題・問題を把握・認識し、何らかのアクションが必要であることを本当に納得し、自ら能動的に解決のための方策を採るように促す。その方策の一つがビジネスであれば、どのような形でコミュニティビジネスを組み立て、実行していくかについての知恵を外部者も必要に応じて提供する。その際、これまでに述べた一村一品運動からの教訓を踏まえ、地域性を持ち、富の地域内循環を生み出し、地域の誇りと価値を高められるようなビジネスを目指させる。

この一連の動きが地域住民主導で進むようになれば、外部者の役割はほぼ果たしたことになるが、それまでのプロセスのなかで、外部者もまた地域住民と同様の内部者として位置づけられていく場合がある。こうして生まれたコミュニティビジネスは、地域住民自身のオーナーシップに基づき、地域住民自身の意志で進めていく形にできる。

以上のように、地域住民が協働したいと思う外部者とは、ひと言でいえば、地域住民の本音を表出させ、それを励ませる外部者である。あくまでも主役は地域住民であり、外部者はただ、地域住民が自らの気づきによって本当の課題・問題を把握・認識し、自らアクションを起こすのをサポートする役目にすぎない。換言すれば、外部者は、地域住民の未来をいろ

いろ考えるにしても、敢えてそれに責任を持つてはいけないのである。

ところで、ここで述べる外部者とは、必ずしも完全なよそ者とは限らない。当該地域コミュニティの出身で、都会に出て行った後に戻ってきた出戻り組をも含む。あるいは、地域住民でよその世界を旅行や視察などで体験してきた者も含められるかもしれない。前述のように、大分の一村一品運動では、大山町でも由布院でも、地元から出て海外を旅した者たちや出戻り組が多なる貢献をし、新しいアイデアやノウハウを注入しながら、地域振興のダイナミズムを持続・発展させる役割を果たしてきた。コミュニティビジネスにおいても、こうした外部者の存在が重要になるのである。

3. コミュニティビジネスの持続可能性

地域住民が地域振興のためにコミュニティビジネスを選択するのは、活動の持続性・継続性を確保するためである。また、富の地域内循環を通じて地域が経済的に豊かになっていくにしても、そのスピードや規模やインパクトが急激すぎると、地域住民では管理運営が難しくなる。その場合には、外部者に協力を仰いだり、あるいはビジネス機会と捉えた外部者が自らのビジネスに取り込むために接近してきたりすることが考えられる。

地域住民が主体となるコミュニティビジネスには、彼ら自身が管理運営可能な適正規模が存在すると考えられる。それは、地域住民の運営管理能力だけでなく、コミュニティビジネスで利用される地域資源の賦存量によっても規定される。望ましいのは、地域資源の賦存量という制約に沿ったビジネスを作り、多額の設備投資を避け、既存プラス少額の設備投資で無理なく回せる程度の規模とし、それを少しずつ大きくしていくことである。この種のコミュニティビジネスが富の地域内循環を意識しながら運営されれば、そのビジネスが持続すること自体が地域の課題・問題解決を果たしていく結果をもたらす。

コミュニティビジネスの本格的な規模拡大は、こうしたプロセスが十分軌道に乗り、地域住民の経験が蓄積されてきてからでも遅くはない。軌道に乗るプロセスのなかで、活動が外部にも認知され、商品生産であればブランド化がなされ、品質の高さが評価された結果、商品やビジネスだけでなく、コミュニティそのものに対しても関心が高まれば、単なるビジネスの成功だけでなく、過疎地であれば移住者の受け入れや他の新たなコミュニティビジネスの機会を生み出すことにつながってくるかもしれない。地道なコミュニティビジネス活動では、行政によるビジョンや開発計画とは異なり、コミュニティビジネスからの予期せぬ

波及活動が起こり得る。それが様々な意味で地域を豊かにし、地域振興を自律的なものとしていく可能性を持つのである。

地域住民と外部者との関わりにおいては、外部者が以上のような認識を持ち、適切に地域住民と協議を続けながら、地域住民が主体となるような形でコミュニティビジネスを形成していくことが強く求められる。

第6節 おわりに

本章では、地域振興を念頭に置いた地域住民を主体とするコミュニティビジネスについて論じてきた。コミュニティビジネスを進めていくにあたっては、まず、地域住民自身が本当の課題・問題を把握・認識することが重要で、そのための外部者の役割がある。外部者には地域住民と適切に関わる能力が求められる。地域振興では、地域性を強く持ち、コミュニティから離れにくい地域資源を活用し、その価値を高めながら、富の地域内循環を生むような活動を目指すべきで、コミュニティビジネスもそれを踏襲することが重要である。また、地域住民の管理運営能力に応じた適正規模の活動を通じて、持続性・継続性を重視するビジネスを指向すべきであると考ええる。

コミュニティビジネスは本来、地域住民に根ざした地域振興の地道な活動と位置づけられるが、現実には様々な困難に直面せざるをえない。すなわち、日本では人口減少に伴う地域住民の急速な高齢化、若年労働力確保の困難、世界大で進む経済のグローバル化とそれに伴う流通革命など、高度経済成長の起こった1970年代とは違った意味ではあるが、コミュニティの存立が脅かされる状況がある。それは、時代を超えて先祖から伝えられてきたコミュニティにおける生活文化が消滅し、地域性を支える地域アイデンティティが失われていくことを意味する。すなわち、地域振興に不可欠な地域性を失い、経済のグローバル化によって富の地域内循環が維持できなくなり、モノづくりはできても地域づくりが困難になる方向へ進み始めている兆候である。

これは、日本だけに限った話ではない。世界中のほとんどの地域やコミュニティにおいても、人口減少の度合いに多少の違いはあっても、おおそ同様の状況が進行中である。交通・流通・通信インフラの発達、地理的距離を超えてヒトやモノを結びつけるが、同時に、隔絶された地域へもグローバル化の影響を及ぼしていく。そしてまた、程度の差こそあれ、コ

コミュニティの将来に対する不安のなかで、地域住民は地域振興とその具体的な方策であるコミュニティビジネスに期待をかけようとしている。

すなわち、経済のグローバル化が進む現在、日本を含む世界中でコミュニティが崩壊の危機にさらされているといっても過言ではない。しかし、多くのコミュニティは、世界中で同じ現象が起こり、同じように他のコミュニティも悩んでいることを必ずしも認知していない。おそらく、こうした現状を打開するための数多くの努力が今日も世界中のコミュニティで行われているはずであり、何らかの知恵やヒントを求めているコミュニティも少なくないはずである。

もしそうであるならば、世界中のコミュニティが現状打開のために努力している経験を共有し、互いに学び合いながら、共に努力していることを意識する空間を作っていく意味があるのではないだろうか。最低でも、厳しい現状に直面しているのは自分たちだけではないことを認識するだけでも意味があるのではないかと考える。

その延長線上で、地域住民が自律的に地域振興を進めて自分たちのコミュニティを守っていくために、国境を超えたコミュニティがビジネスの形で協力し合うことも視野に入れるべき時が来ているように思える。例えば、日本の地域住民によるコミュニティビジネスがインドネシアの地域住民によるコミュニティビジネスと結びついて、共同で生産したり販売したりし合えるような関係づくりを目指す、といったことである。

互いに直面する状況が同じことを認識して共感したコミュニティは、自らが相手のコミュニティを破滅させて生き残ることを選択することはできない。むしろ、互いのコミュニティビジネスにとってプラスとなることは何かを懸命に探し合い、互いの「生活」を存続できるような解決法を見つけようとするだろう。また、双方にとって、新しい視点や考えを得るための有用な外部者としての役割も果たせるかもしれない。

日本には、一村一品運動のような地域振興のこれまでの経験の蓄積のほか、近年、まだ量的にはわずかではあるが、若年世代による地域回帰現象とそこでの新たなコミュニティビジネスの萌芽といった注目すべき事例が生まれ始めている。世界同時進行で進むコミュニティ崩壊への道を反転させ、新しい未来へ踏み出すためにも、国境を超えたコミュニティビジネスの連携が想像もつかないような好影響を生み出す可能性に期待したい。

＜参考文献＞

- ・ 松井和久・山神進（編）『一村一品運動と開発途上国—日本の地域振興はどう伝えられたか』ジェトロ・アジア経済研究所、2006 年
- ・ 和田信明・中田豊一『途上国の人々との話し方—国際協力メタファシリテーションの手法』みずのわ出版、2010 年

-
- ¹ 一般に中低所得層を対象としてビジネスを指し、そのビジネスによって中低所得層の所得や構成を向上させる効果を上げる事を目的としている場合が多い。企業の社会的責任（CSR）と混同されることも多いが、BOP は必ずしも CSR として行われるわけではない。
 - ² 本章における一村一品運動に関する分析は、主に松井・山神（2006）を踏まえて記述したものである。
 - ³ 大山町や由布院などで海外視察の機会を得た若者の多くが、後に地域振興を担う人材として活躍していくことになる。
 - ⁴ 大分県の一村一品運動は、県全体の地域振興策の一部をなし、重化学工業化の補完的役割を果たしたものである。海外での一村一品プロジェクトのなかには、一村一品運動を単独施策とし、国家の主要政策と位置づけるところもある。先方にあたかも魔法の杖のように受け止められているとするならば、伝え方に問題があると言わざるをえない。
 - ⁵ 海外での一村一品プロジェクトでは、一村一品を「一村で一品のみに限定し、規模の経済を目指す」と曲解された事例が少なくない。
 - ⁶ この傾向は、外部者が援助供与側として地域住民と関わる開発途上国の場合により顕著に現れてくる。
 - ⁷ こうした対話型ファシリテーションの手法については、和田・中田（2010）が詳しく解説しており、大変参考になる。

第6章 フェアトレード生産者の実態を通してみるコミュニティビジネスのあり方 ——農家のことを「よく知る」とは何を意味するのか——

東洋大学社会学部専任講師

箕曲 在弘

要 約

本稿は、東南アジアのラオスで展開しているコーヒーのフェアトレードに関する事例をもとに、発展途上国の農家と協力しながら農産物を取引するために欠かせない要素について考察する。とりわけ農家のことを「よく知る」とは、たんに農家と仲良くなるということ以上に、彼らのおかれた生態的条件や慣習的条件、社会関係の特質に目配りできることを指し、それこそがコミュニティビジネスを成功させるために重要であることを主張する。

第1節 はじめに

1. コミュニティビジネスを成功させる秘訣

日本に住む人々が発展途上国の農家とともに協力し合いながら、農産物を生産し、取引するにはどうすればよいのか。この場合、パートナーとなる農家のことをよく知るのが重要なのは言うまでもない。だが、この「よく知る」とは一体何を指すのだろうか。

たとえば、農産物を大量に日本に輸出したいために、現地の信頼できる代理人を見つけ、その人にすべてを任せたとしよう。もしその人は流通ルートの手配だけをして、後は代理人にお金を渡し、農産物の日本への到着を待つだけだったならば、その取引はおそらくうまくいかないだろう。そこまで相手に頼り切りにならなくとも、農家のもとを訪れて、言葉が分からないなりに通訳を通して話をし、「信頼関係を築いた気になる」くらいのことはするかもしれない。だが、私はこれでもまだ不十分だと考える。

本稿では、発展途上国の生産者に対し公平な対価を支払うことで、現地の人々の貧しさを緩和し、持続可能な社会の構築を目指すフェアトレードの取り組みに注目する。そのうえで、農村社会に生きる農家の側にできる限り寄り添いながら、プロジェクトに参加したてがら

い農家の事情を分析した事例をもとに、コミュニティビジネスを成功させる秘訣について考察してみたい。

私は文化人類学者として 2008 年から 2009 年にかけて、ラオス人民民主共和国南部のコーヒー生産地域に 1 年半ほど住み込みながら、現地社会におけるフェアトレードの影響について調査研究してきた（その後は、今日まで断続的に年に 20～40 日ほど現地に滞在している）。文化人類学者は、「参与観察」と呼ばれる、調査対象社会の一員として彼らから認められるくらいに現地に溶け込みながら、彼らの行為や意味のあり方を理解していく調査を実施している。とりわけ私は、彼らの生活のなかにフェアトレードがどのように位置づけられているのかを、彼らと一緒に草刈りや収穫を体験したり、協同組合の農家と行動をとったりする一方、家計調査を行い詳細な数値データを集めるなどして理解してきた。

こうした理解の仕方は、フェアトレードがどれほど有効なのかを内在的に知るのに役立つだけでなく、本稿で与えられたテーマに即して言うならば、コミュニティに溶け込むビジネスのあり方を提案していくうえでも効果的である。現地社会とフェアトレードの関係については、既発表分の拙稿に詳細をまとめてあるため、ここでは言及しない（箕曲 2014a, 2014b, 2014c）。代わりに、本稿ではフェアトレードの取り組みを通して、コミュニティビジネスのあり方に対する提言を行いたい。結論を先取りするならば、発展途上国農村においてコミュニティビジネスを成功させるためのキーワードは、生態的条件、慣習的条件、社会関係の特質の 3 つである。

2. フェアトレードとは

そもそもフェアトレードについて、一般的には公正な対価を生産者や労働者に支払うことばかりが注目されている。だが、この概念が意味するものは極めて多様である。そこで、ここでは、国際フェアトレード機関（Fairtrade International : FLO）が提唱する認証制度に限定して説明する。フェアトレードは、援助ではなくビジネスという手法を用いて、おもに発展途上国の貧困緩和を目指す取り組みとして注目されてきた。ドイツのボンに拠点を置く FLO は 1997 年に設立され、今日では世界中に広がる認証制度を確立してきた。その主なものは、以下の 3 点である。

- ① 国際市場における価格の乱高下に対し安定した取引価格を実現するために対象製品ごとに「最低保証価格」を定める。

- ② 生産者に直接支払うのではなく、学校や病院建設など組合員全体に恩恵が行きわたるような用途に限り使用を許される「社会的割増金」を取引価格に上乗せしてバイヤーが生産者団体に支払う。
- ③ 生産者は収穫時に雇用労働者に賃金を支払わねばならないなど多くの支出が発生するが、その費用を賄うために生産者の求めに応じて、一定額の前払いをバイヤーに求めることができる。

生産者団体とバイヤーの双方が以上の規定に合意することにより、持続可能な取引を目指すのが FLO 認証制度という仕組みである。以下では、これらの規定を踏まえたうえで、実際に生産者はフェアトレードからこういった恩恵を受けているのかを確認する。

第2節 ラオスコーヒー産業の概要

1. ラオスコーヒー小史

東南アジアの内陸に位置するラオスは、就業人口の約 8 割が農業に従事する典型的な農業国である。メコン川沿いの低地部では主に水稻耕作により、もち米を自給している。一方、北部や東部の高原や山岳地帯ではこれまで焼畑耕作により、もち米を自給してきた。

ラオスにおいてコーヒー栽培が始まったのは、1920 年代である。フランスの植民地下にあったラオスにおいて、植民地官吏が南部のボーラヴェーン高原にコーヒーの苗木を持ち込んだのが始まりだと言われている。とはいえ、当時、一般の農民は焼畑による自給作物を中心に栽培しており、コーヒーなどの換金作物は補助的に栽培するだけであった。

1975 年の社会主義化を経て、市場開放を実施した 1986 年以降、ラオスでは西洋諸国との取引が徐々に活発化した。この時点で、焼畑耕作が禁止され、コーヒーを栽培して、もち米を購入するという生業スタイルに転化した。このなかで農家にとってコーヒーを高値で売ることは喫緊の課題となっていた。

2. 大手輸出業者の誕生とラオスコーヒーの輸出量

1991 年に設立されたダオフアン社は、当初、輸入貿易商を営み、免税店の経営などで成功してきたが、1995 年頃からコーヒーの買い付けをはじめ、1999 年にコーヒー農園の経営にも乗りだした。90 年代以降、コーヒーの需要が高まり、買付量が次第に増えていく中で、

巨大な水洗加工設備や生豆加工設備を導入し、現在では年間 1 万トン程度の生豆を日本やヨーロッパ諸国に輸出するまでになっている。

このダオフアン社は、当初、自社の車でコーヒーチェリー（コーヒーの赤い実を指す）を農家から買い上げていたが、次第に買い付けを仲買人に任せるようになった。私の調査では、2000 年代に入り、仲買人の数が増え、今日ではどの農家も仲買人に収穫したコーヒーチェリーを売却するようになった（箕曲 2004c）。コーヒーの仲買人はもともとコーヒー以外の農産物を扱っていた者や、商店経営者、地元の有力者など、荷台付の車を所有している者によって担われている。こうした者たちが、自分の商売で貯めてきた自己資金や銀行から借りた資金、あるいはダオフアン社から借りた資金を元手に、コーヒーを買い付け、ダオフアン社をはじめとするいくつかの買取業者に売却している。

1994 年に設立されたラオスコーヒー協会の統計によれば、ラオスでは 1995 年に 149.30 トンのアラビカ種、8,327.92 トンのロブスタ種の生豆を国外に輸出していたが、2014 年には 1 万 4,567.84 トンのアラビカ種、8,965.15 トンのロブスタ種の生豆を国外に輸出するようになった（LCA2014）。ロブスタ種の輸出量についてはほぼ変化がないものの、比較的高価格で取引されるアラビカ種は約 20 年で 100 倍に増加した。この数値は全世界のコーヒー輸出量の 0.3%程度であるが、日本の国別輸入量ではラオスは第 9 位となっている（2014 年は 7,114 トン）¹。ちなみに、日本に輸入されているほとんどの生豆は、ダオフアン社を通して輸出されたアラビカ種である。

第 3 節 フェアトレード生産者組織

一方、こうした民間の動きに対して、フランス開発庁（AFD）は、コーヒーの換金作物としての潜在性に着目し、1990 年代以降、ボーラヴェーン高原のコーヒーに対する援助を連綿とおこなってきた。今日、ラオスのコーヒー生産地域において、FLO 認証型のフェアトレードを導入したのも、この開発プロジェクトである。

ラオスにおける FLO 認証型のフェアトレード・コーヒーの特徴は、政府主導であることだ。上記の AFD とラオス農林省は、2007 年に 53 村に生産組合を作り、それを統合する生産者集団としてボーラヴェーン高原コーヒー生産者集団協会（AGPC）²を設立した。AFD と農林省は、2005 年から 2009 年の足かけ 5 年間に、ポイント・アプリケーション・ボー

ラヴェーン（PAB）と呼ばれる援助プロジェクトを実施し、その期間に 53 村の生産組合に対して、果肉除去施設を導入し、水洗加工の技術を伝えた。フェアトレード認証獲得費、脱穀施設建設費などを含む AGPC の初期投資分の費用は、ほぼすべてこの PAB の援助資金から拠出されている。

各村の組合には、組合長や会計、品質管理担当などの役職を置き、総会において農民の代表を決める一方、海外のフェアトレードのバイヤーとの事務的なやり取りは、都会に住む J 氏が一手に引き受けていた。その J 氏を筆頭に、AGPC のスタッフは 2009 年の時点で、17 名ほどであった。そのうちマネージメントスタッフが 5 名で、残りは農技師である。当時はフランスからマネージメントやコーヒーの栽培、水洗加工技術に詳しいフランス人の B 氏が長期滞在し、ラオス人スタッフの能力開発を行っていた。

AGPC は、2009 年に FLO 認証、2010 年には一部の生産組合を対象として有機認証（IFORM）を獲得した。同団体は主にフランスやベルギーに向けて、有機フェアトレード・コーヒーの生豆を販売している。一方、ラオス国内に焙煎工場を開設し、少量ではあるが国内の市場にも焙煎豆を販売している。2012 年の時点では、AGPC 傘下の生産組合は 55 村に拡大し、AGPC は 1,855 家族からコーヒーを買い取り、603 トンのコーヒー生豆を輸出している³。

第 4 節 生産者組織と仲買人

1. 農家の売却先

AGPC が公式に発表する前節の情報からは、同団体が政府の権力を背景に農民をまとめ上げ、農家が一丸となり、ラオスのコーヒー産業を牽引している姿が浮かび上がってくる。だが、この姿は、農家からの AGPC に対する見え方とは異なる。そこで、AGPC 傘下の生産組合があるマックレン村（仮名）の例を挙げよう。

238 家族、約 1,300 人で構成されているマックレン村は、コーヒー産地の中心に位置し、すべての家族が 2 ヘクタール程度のコーヒー農園をもっている。同村では、2013～14 年の収穫シーズンには、年間 1,000 トンくらいのアラビカ種のコーヒーチェリーと、550 トンのロブスタ種の生豆を生産している。主な生業はコーヒー栽培で、コメは自給していない（ただし、家庭菜園にて自給用の野菜や穀類を育てている者は多い）。

同村の元村長によれば、このマックレン村では、2008 年当時 179 家族が住んでおり、そのうち 113 家族が AGPC の生産組合に参加していたが、その後、2012 年には 11 家族にまで落ち込んだという。元村長は、この極端な現象はこの村だけの話ではなく他の村でも見られるともいう。この現状を踏まえて、農家が AGPC への売却を好まない理由を考えてみたい。そのために、AGPC との取引の仕方にしたがって、農家を以下の 3 つのグループに分ける。

- ① 積極的に AGPC にコーヒーを売却している層（積極的売却層）
- ② 積極的とは言えないが、AGPC にコーヒーを売却している層（消極的売却層）
- ③ AGPC との取引を止めてしまった層（売却停止層）

「積極的」かどうかの判断は、AGPC への売却量が収穫量全体の 8 割以上に及ぶ場合を指すことにする（基本的にはアラビカ種が取引の対象となるので、ここではアラビカ種の収穫量に限定する）。

以上の分類を踏まえ、村長に①～③にあてはまる家庭を紹介してもらったところ、同村では①に当てはまる家庭はなかった。そこで、以下では②と③の家庭のアラビカ種の売却先ごとの総量と価格などを見ていこう⁴。

② 消極的売却層の例

表 6-1 サワン一家（仮名）の売却先などのデータ（2014 年）

売却先	種類	状態	総量 (kg)	価格 (kip/kg)	収入 (kip)
仲買人	アラビカ	チェリー	7,000	3,500	24,500,000
AGPC	アラビカ	チェリー	5,000	4,600	23,000,000
JCFC	アラビカ ⁵	チェリー	500	3,000	1,500,000

（調査データより筆者作成）

表 6-1 のサワン一家は、7 トンのチェリーを仲買人に 1kg あたり 3,500 キープ（約 53 円）で売却し⁶、5 トンのチェリーを AGPC に 1kg あたり 4,600 キープ（約 70 円）で売却している。JCFC は、AGPC とは別の農家主体で運営されている協同組合を指す。このように、サワン一家は、収穫したコーヒーの半分以下しか、AGPC に売っていない。

③ 売却停止層の例

表 6-2 ブン一家（仮名）の売却先などのデータ（2015 年）

売却先	種類	状態	総量 (kg)	価格 (kip/kg)	収入 (kip)
ダオフアン社	アラビカ	チェリー	10,000	2,500	25,000,000
仲買人	アラビカ	パーチメント	2,000	13,000	26,000,000
ダオフアン社	アラビカ ⁵	チェリー	30	3,000	900,000

（調査データより筆者作成）

表 6-2 はブン一家の売却先を示している。この一家は、ダオフアン社と仲買人に売却している。ブン一家は仲買人を通さずに、直接、ダオフアン社に 10 トンのチェリーを 1kg あたり 2,500 キープ（約 38 円）売却している。一方、チェリーを水洗加工したものをパーチメントと呼ぶ（この加工により果肉が除去され、豆の水分が抜けるため、重量はチェリーの約 5 分の 1 になる）。この一家は 2 トン分のパーチメントを仲買人に 1kg あたり 1 万 3,000 キープ（約 197 円）で売却している。このように、ブン一家は 2015 年の時点ではすでに AGPC に売るのを止めてしまっている。

これら 2 つの事例を見て分かる通り、農家はさまざまな状態でいくつかの売却先に収穫物を分けて売却している。とりわけ興味深いのは、表 1 においてサワン一家は、1kg あたりの買取価格が仲買人より高い AGPC にすべてのコーヒーを売却するのではなく、一部だけを売却している点である。いったいなぜ農家はこのような売り方をするのか。

2. 仲買人を選択する理由

農家が一見、単価が高く見える売却先を選ばないのには分けがある。以下では、その主要な理由として挙げられる 2 つの点について説明していきたい。

（1）加工に時間をかけるほどの労働力がない

この理由を上げるのは、おもに労働力が夫婦 2 名のみである場合、夫か妻のどちらかがコーヒー栽培以外の仕事（公務員、教員）をしている場合、配偶者と死別、あるいは離婚して、子どもも農作業が行えるほど十分な年齢に達していない場合などである。AGPC

の組合員は村内の水洗加工場にローテーションで常駐し、加工作業を共同で行うことになっている。この作業を担える人物が家庭内にいない場合、AGPC への参加は難しくなる。では、この各家庭が加工作業員を抛出しにくくする要因は何か。以下の 2 点にまとめられる。

1) 結婚後は独立した農園をもつ傾向がある点

農家を営む男性は結婚後、妻の家に一時的に世話になり、一人目の子どもが 2〜3 歳になるころに、世話になった家の敷地の周辺に、自分たちの家族の家を新たに建設する。この同居期間は、妻方の両親とともにその農園で一緒に農作業をして、同じ食事をとる。この結果、同居期間は、一時的に世帯内の労働力が多くなる。だが、独立した家をもつと、今度は農地も分割され、自分の農園を管理することになり、農園ごとの労働力が少なくなる。

2) 収穫期が短期間である点

アラビカ種の収穫時期は、10 月末から 12 月末までの 2 か月間しかない。緑色の未熟の実や黒くなった過熟の実は、品質に悪影響を及ぼすので買い取ってもらえないこともある。そこで、農家は完熟した瞬間に一気に収穫しなければならず、取りこぼしがないように、できる限り収穫作業に労働力を集中させる。

以上の家族構成に関する慣習や収穫期間の短さといった要因により、水洗加工場に労働力を供給するのをためらう農家が一定数いるのである。なおかつ、村内の組合員数が少なくなればなるほど、ローテーションで自分の番が回ってくる回数が多くなり、収穫作業に時間が割けなくなる。こういった複合的な理由により、AGPC への参加が難しくなるのだ。

(2) 報酬の支払いが遅い

以上の労働力の問題よりもさらに深刻なのは、報酬の支払いの遅さである。農家は収穫期前の雨季の 6 か月間（5 月〜10 月）には現金収入がほとんどない。中にはキャベツなどの野菜を栽培して現金を得ている農家もあるが、これが可能になるのも家庭内の労働力次第である。基本的に農家は雨季の間はコーヒー農園の草刈りに専念し、収穫期を待つ。

だが、この期間に家族内の成員が病気や怪我をした場合、この医療費が払えず、仲買人から借金をせざるを得ない。

この仲買人の借金には、一般的に月に 8~10%の利子がつく。銀行から融資を受ける場合は年に 14%（月換算で 1.16%）の利子となるが、書類作成の経験がない農家は銀行で融資を受けるのを好まない傾向がある。この結果、仲買人から借金をした農家は、収穫期にその仲買人に収穫物を売ることによって借金を返済するのである。この収穫期前の仲買人との取引契約のおかげで、収穫期に AGPC に売りたくても売れない農家がいることは指摘しておく必要がある。

仮に仲買人からの借金がなかったとしても、農家は即金で報酬を受け取れることを好む傾向がある。仲買人は収穫期に村々を巡回しており、農家は売りたいタイミングで家の前にやってきた仲買人を呼び止め、その場でコーヒーを売却する。その際、必ず報酬をその場で受け取る。仲買人は現金を大量に持参し、農家が売りたい量を計量し、その日の買取価格をかけて報酬を渡す。

一方、農家が AGPC にコーヒーを売りたい場合は、村内の水洗加工場に自ら収穫したコーヒーを持参し、計量して重さを記録した後、1 週間以内に報酬の 80%程度を貰えることになっている。残りの 20%分は約 6 か月後に支給される。AGPC との取引を好まない農家は、この 2 回に渡る支払いを嫌がるのである。彼らに言わせれば、AGPC によるこの支払い方は「AGPC に借金をしているみたいだ」と表現する。たとえ総合的な収入が仲買人より高かったとしても、この支払い方を農家は「遅延」としてとらえ、その場で報酬が貰える仲買人を選ぶ。

このような支払いのタイミングに関する不満は、何もラオスだけに限ったことではない。たとえば、グアテマラのコーヒー生産者を研究するリントン（2012）は、食料や教育費、生産関連の費用を支払うために必要な現金をすぐに受け取りたいために、支払いの遅い協同組合ではなく仲買人への売却を選ぶ農家がいることを指摘している。このように、仲買人の場合、取引の現場において農家は報酬を受け取れる一方、協同組合の場合、収穫物が農家の手を離れてしばらくして報酬が貰えるという差が、農家にとって大きな意味を持っているのである。

第5節 発展途上国の農村を対象としたコミュニティビジネスの可能性

以上のコーヒー生産者に関する事例から見いだせる教訓は何か。もし AGPC 側が農家の行動を規定している要因を詳細に分析しようとしなければ、農家が自分たちに収穫物を売らない原因をなかなか理解できないかもしれない。元農林省の官僚で AGPC の設立にも関わった人物は、フェアトレードや有機認証を獲得することによって、無名なラオスのコーヒーに付加価値をつけて、「ラオスコーヒー」を国際市場で他の有名な生産国のコーヒーと互角に戦える品質にしたいという。この戦略はたしかに正しいといえる。だが、農家にとってはそのような生活の圏外にある官僚の考えた戦略などに興味はないだろう。彼らは、それよりもまずはすぐに報酬が貰えることが重要なのだ。

また、このような農家の行動を見て、プロジェクトを遂行する担当者のなかには、農家は積極的に働こうとしない怠け者だと判断する人がいるかもしれない。だが、積極的に水洗加工に関わり品質を上げていこうとしないのは、農家が怠け者なのではなく、彼らのおかれた生活環境のなかで「そうふるまわなければならない状況」に縛られているからである。短い収穫期間といった植物がもつ生態的条件に加えて、少人数化する居住形態といった慣習的条件が重なり、水洗加工のための労働力が供給しにくい点、あるいは雨季の収入源のなさに関連して、仲買人に借金を負わねばならない点など、さまざまな農家の行動パターンが、密接に関連しあうことで、AGPC へのコーヒーの売却が難しくなっているのだ。

コミュニティビジネスを行う上で、現地のパートナーとの関係は欠かせない。このパートナーが、たとえば農業協同組合となることもある。この場合、その組合の人々の行動がどのように成り立っているのかを分析する視点がなければ、ビジネスが軌道に乗らない場合に、誤った判断を下しかねない。本稿の事例は、同じラオス人同士であっても、立場の違いをなかなか理解できないことを教えてくれる。ましてや、外国人であるわれわれは、なおさらこの立場の違いを理解できないだろう。

「農家のことをよく知る」というのは、たんに農家の人々と仲良くなることではない。むしろ、彼らの生活のあり方について、生態的条件や慣習的条件、社会関係の特質などに配慮して分析できることである。生活環境を異にする発展途上国の農村においてコミュニティビジネスを成功させるには、われわれがこのような分析を可能にする知恵を養っていかなければならない。

＜参考文献＞

- ・ 箕曲在弘「ラオス南部コーヒー栽培地域における農民富裕者の誕生要因」『東南アジア研究』51 巻 2 号、2014a（京都大学東南アジア研究所刊）
- ・ 箕曲在弘「農業協同組合幹部の「つながり」から生起する公共性：ラオス人民民主共和国のコーヒー農業協同組合の事例から」『文化人類学』79 号 3 巻、2014b（日本文化人類学会刊）
- ・ 箕曲在弘『フェアトレードの人類学——ラオス南部ボーラヴェーン高原におけるコーヒー栽培農村の生活と協同組合』めこん、2014c
- ・ Lao Coffee Association（LCA）, 20 Years of Commitment to the Development of Lao Coffee from Border Trade to World Market・Pakse: Lao Coffee Association, 2014.
- ・ Linton, April, Fair Trade from the Ground up: New Market for Social Justice・Seattle: University of Washington Press, 2012.

-
- ¹ 全日本コーヒー協会の国別輸入量統計における 2014 年の数値を参照している（http://coffee.ajca.or.jp/wp-content/uploads/2011/08/data02_2014_03.pdf：検索日 2016 年 1 月 31 日）。
 - ² 同団体は、2013 年にボーラヴェーン高原コーヒー生産者協同組合（CPC）に改称した。
 - ³ 団体ウェブサイトの情報を参照した（<http://www.cpc-laos.org/index.html>：検索日 2016 年 1 月 31 日）
 - ⁴ これらのデータは、2015 年 12 月末に私と一緒に日本から現地訪れた大学生のチームと一緒に収集したものである。
 - ⁵ これらのアラビカ種はティピカと呼ばれる希少品種で、価格も他のアラビカ種と異なる。
 - ⁶ 仲買人の買取価格は、収穫シーズンが始まる 10 月末から徐々に上昇していき、11 月中旬に最高値に達する。農家は毎日のように収穫し、チェリーが腐らないように、その日に取れた分をその日のうちに仲買人に売却する。このため、毎回、3,500kip/kg で売却できているわけでないことを付言しておく。また、キープと円の換金レートは、2015 年 12 月のものを使用している（1 円＝約 66 キープ）。

第7章 途上国と地域との協働作業としてのコミュニティビジネスを考える

特定非営利活動法人 APEX 副代表理事

福澤 郁文

要 約

開発途上国が抱える壁の1つが技術である。しかし、「適正技術」という言葉(概念)は必ずしも正確に理解されていないのが現状で、むしろ誤解されてとらえられている面がある。

途上国には日本(先進国)の最高度の技術をもっていけばよいわけでは必ずしもない。逆に技術レベルの低い、あるいは単純技術のものをもっていけばいいわけでもない。日本側が現地側技術レベルに合わせて適正技術と考えて持っていても、それは必ずしも適正技術とはいえず、そこで行なわれる技術移転も有効なものとはならない。

「適正技術」とは、日本側(先進国)と現地側(途上国)の双方の技術が対峙して、両者の技術の適正な合体／融合により、現地に合った新しい適正技術開発を行なうことである。日本側(先進国)と現地側(途上国)との技術の合体(融合)によって、現地状況に最も適応可能な適正技術開発を行なうことができるのである。

第1節 はじめに

開発途上国の適正技術開発への取組みについては、本調査研究委員会での報告として、特定非営利活動法人 APEX の田中 直代表が、本調査研究委員会で報告しているが、その内容については、添付資料として巻末に収録してあるので参照いただきたい。

本稿では、その時のコメントも含め、日本と開発途上国とのコミュニティビジネスに関して、3つの側面から筆者の活動を通しての思いを述べておきたい。第1に、バングラデシュでの排水処理技術の適正技術の開発に関するもの、第2に「持続可能な開発目標」SDGsに関するもの、第3に長野県飯田市での取組みに関するもの(2件)である。

第2節 バングラデシュにおける現地に適合的な排水処理技術の導入と普及事業の形成

1. 活動の概要

特定非営利活動法人 APEX は 1987 年の創立以来、インドネシアを主な活動地域として、アジアの人々の生活向上や、環境保全のための活動が続けてきた。それぞれの地域の状況に適し、人びとが参加しやすく、環境にも負担をかけない技術 ― 〈適正技術〉 ― を重視して、現場性のある具体的な代案をつくり出していくのが私たちのモットーである。水や大気が美しく循環し、そのなかで人びとが豊かに生きる、持続可能な未来をつくりあげて行くことに資することができるよう願っている。そしていま、インドネシアに続く地域での可能性を探るべく調査をスタートした。

経済発展と都市化の進展が著しいバングラデシュにおいて水質汚濁と劣悪な衛生環境の問題は深刻である。経済発展による工業廃水や、都市に流入し増加した人口、下水道の不備による生活排水の垂れ流しなど、環境の悪化を招いている。行政によるインフラ整備も滞りがちであり、生活環境の悪化は、子供たちの健康にとっても深刻な問題を引き起こしている。それらを解決・緩和するためには、生活排水処理に対する総合的な取り組みが必要である。APEX では、行政の指導と協力や現地 NGO との協力のもとに、この問題の解決に向けて活動を始めている。

私たちは現地の事情に適合的な技術をもって、生活排水や産業排水の処理を進めることが必須であると考え、APEX のプロジェクト説明のセミナーの開催と、排水処理、衛生改善の推進に関わる組織のネットワーク形成にのりだした。文献や現地調査などによる情報収集、現地パートナー団体とモデルケースの選定、計画立案を通して、バングラデシュにおける、現地に適合的な排水処理技術の導入と普及事業の形成を準備した。

2. 活動の目的と背景

（目的） 水質汚濁と劣悪な衛生環境の問題が深刻なバングラデシュにおいて、現地の経済的・社会的条件に適合的な排水処理設備のモデルシステムを設置する。そして、必要な協力関係の構築を行い、当該技術の普及基盤を整備する。

（背景） バングラデシュは近年、めざましい経済成長を続けており、都市化の進展も著しいが、それらに適切なインフラ整備が伴わないため、大気汚染、水質汚濁、交通渋滞、劣悪

な住居、衛生問題など、さまざまな問題が発生している。特に水質汚濁と劣悪な衛生環境の問題は深刻であり、同国の人口約 1 億 5 千万人のうち、約 6 千 6 百万人が満足な衛生設備にアクセスできない。衛生設備の不良による経済損失は、42.3 億ドルと試算されている（2007 年 WSP）。これは、同国の GDP の 6.3%に当たり、南アジアならびに東南アジア諸国の中で、インド、インドネシアに次ぐ大きな損失額である。損失額の 84%までは住民の健康被害によるものである。首都のダッカでは、生活排水の処理を行っていない住民の割合は、7 割に達している。また、産業排水も大部分が未処理か、不十分な処理のままで排出されている。

問題の改善のためには、これまで十分に処理されないまま放出されている生活排水、ならびに産業排水の処理が急務である。が、既存の先進国の技術は高価で運転管理も容易でなく、対策は進んでいない。特定非営利活動法人 APEX では、これまでインドネシアにおいて、現地に適合的な安価で、運転管理の容易な排水処理技術の開発と普及に、20 年間取り組んできており、いままでにコミュニティ排水処理で計 8 ユニット、産業排水処理で 31 ユニットの処理設備を設置・運転してきた。（詳細は巻末資料 2「アジア地域に適したコミュニティ排水処理システムの開発と普及」120 ページ参照のこと）

排水処理適正技術に関するセミナー開催



ダッカ市内の衛生状況を調べる





当該技術は、先進国の排水処理技術が、活性汚泥法などの好気性処理が中心であるのに対し、熱帯の気候に適した嫌気性処理を活用しつつ、嫌気性処理だけでは処理水質が不十分であるので、仕上げて好気性処理を行うハイブリッド型の処理プロセスを採用している。それを多くのケースに適用して、その有効性を実証してきた。それらは電力を消費しないものの処理水質が不十分な嫌気性処理と、電力は消費するが処理水質が良好な好気性処理を組み合わせることで、少ない電力で良好な処理水質が得られるシステムを実現したものである。さらに、その中の好気性処理として、運転が容易で消費電力も少ない回転円板式排水処理技術に着目し、新規に、現地で入手しやすいヤシの繊維を用いた回転円板ならびに立体格子状接触体を用いた回転円板を開発した。後者は、従来型回転円板より 4 倍ほども効率が良く、それだけ製造コストが低減でき、設備もコンパクト化することが可能なものである。設備は、すべて現地生産が可能であり、その設置費用は低廉で、日本の排水処理設備の設置費用の 6 分の 1 以下、通常は 10 分の 1 程度である。

同様の技術は、気候的にもインドネシアと類似したバングラデシュでも適用可能なはずであり、そのような技術の適用を進めれば、バングラデシュの環境保全と住民の生活向上に資するところが多い。そのような観点から、去る 2013 年 8 月に、同国の水・衛生環境関連の状況および当該技術の適用可能性に関する予備的な現地調査を実施し、水質や衛生にかかわる現場を訪ねた。関連政府機関や環境関連の NGO、民間研究機関等の担当者と面談し、状況の確認、情報の収集、技術紹介と意見交換を行った。

その結果、ダッカ市では 7 割の住民の生活排水が処理されていないこと、大規模集中型下水道の建設も検討はされているものの、実施の目途が立っていないこと、繊維・染色工場、皮革加工工場などの排水の多くが十分な処理が行われずに放出されていること、急速

な都市化の進展でスラム地域が拡大し、そこでは住民が劣悪な衛生環境で生活していることなどが確認された。面談した政府関係者、NGO 関係者は、現地で受け入れ可能な排水処理技術を待望しており、非公式ながらも協力支援を求める声があがった。

3. 活動の内容

(1) セミナーの開催

2014 年 3 月 13 日に、ダッカ市内のホテルにて、関連政府機関、民間研究機関、NGO、現地企業、日本大使館、JICA、JETRO などから合計 44 名の参加者を得て、排水処理適正技術に関するセミナーを開催した。APEX の技術に対する現地側の待望感が強く感じられ、また現地パートナー団体の候補もあらわれた。

(2) 情報収集

バングラデシュの水質汚濁と都市部の衛生問題に関する状況を把握するために、関連する文献の調査や、ノルシンディ県のメジャプール村、ナラヤンプル市場、バニアチョルカルパ地区コミュニティの衛生環境の視察、ナラヤゴンジ県のファトゥラー・アパレル社、ファキール・ニットウェア社の排水処理施設の視察を行った。

近隣の住民たち、女性たちの意見を聞く



市場の路地は入り組んでおり、ゴミ、排水、水など問題が多い



(3) 現地パートナー団体との連携

上記セミナー後に実施した現地 NGO8 団体とのミーティングにおいて、貧困削減などの活動に取り組むノルシンディ県の NGO、PAPRI (Poverty Alleviation through Participatory Rural Initiatives) が、有力なパートナー団体として浮上し、同団体の近郊に所在するナラヤンプール市場の衛生改善策について協議を重ねた結果、同団体をパートナーとし、モデルケースとして、当該市場の衛生改善が選定されていった。

PAPRI をパートナーとして選定するにあたっては、日本の NGO シャプラニールとの関係も深く、長い間にわたり貧困層、障害者、女性など社会的弱者に対する教育・健康・衛生面での支援に取り組んでおり、住民と密に接しながら、プロジェクトに住民の主体的参加を促す面での貢献が期待された。既に 125 名ものスタッフを擁して、一定の規模のある事業を多々実施していて、事業遂行能力が高いと考えられること、APEX と協力して行う衛生改善事業の実施を切望していることなどが根拠となった。

形成される事業においては、PAPRI は、地方政府やナラヤンプール市場の運営委員会とも信頼関係があり、地方政府の了承取り付け、市場運営委員会を始めとする市場関係者との協力関係の構築、設置される衛生設備の持続可能な運営システムの構築、人材育成、ネットワーク形成などの、調整・コーディネート業務を担う見込みである。また、モデルケースに関しては、多数の住民が集まる市場における衛生改善のニーズは大きく、また、その後の広域的普及の基盤としても、多くの方々に見ていただける点で効果的であると考えられたことが、選定理由となった。

パートナーNGO パプリとの会議



周辺地区の調査で多くの課題が見つかる



(4) ナラヤンプル市場への取組み

- ① ノルシンディ県のメジャプール村、ナラヤンプル市場、バニア Chol Kalba 地区コミュニティの衛生環境、ナラヤゴンジ県のファトゥラー・アパレル社、ファキール・ニットウェア社の排水処理施設を視察
- ② 2014 年 3 月 13 日：排水処理適正技術セミナー開催
ダッカ市内において、排水処理適正技術に関するセミナーを開催。
- ③ 2014 年 6 月 16 日～18 日：第二次現地調査
ノルシンディ県ナラヤンプル市場、ナラヤゴンジ県のファトゥラー・アパレル社、ファキール・ニットウェア社等を訪問・視察し、関係者と協力の可能性について打ち合わせた。
- ④ 2014 年 6 月～8 月
ナラヤンプル市場の衛生改善について検討し、排水処理施設の概念設計を行った。
- ⑤ 2014 年 8 月 第三次現地調査
上記改善策を提示しつつ、PAPRI ならびにナラヤンプル市場運営委員会と打ち合わせをし、合意形成をはかった。
その後、立案した計画に関する資金調達ならびに実施体制を検討した。

(5) 活動により得られた成果・達成点

本事業は、事業形成のための準備を行う段階であるため、まだ具体的な住民の裨益は得られていないが、これまでの成果として、現地側は、深刻な衛生・水質汚濁問題の解決のために、APEX で開発と普及に取り組んできたような、現地に適合的な技術を切望しており、ニ

ーズがたいへん大きいことを確認できたこと、協力して事業を行うパートナー団体と、モデルケースを特定できたことがある。また、都市のコミュニティのみならず、多数の住民が日常的に集まる市場においても、深刻な衛生問題が存在し、その解決には。排水対策のみならず、廃棄物処理や雨水排出を含む、総合的な衛生改善策が必要とされることも明らかになった。

(6) 残された問題点

対象ケースの検討を進めてきたが、当初の想定より規模の大きい事業となり、また、排水以外に、廃棄物処理や、雨水排出も含まれているため、当団体として責任ある実施体制をとり、必要な技術と資金を調達して、立案されたプロジェクトを実現していくことが課題となる。

(7) 今後の展望

事業実施のための資金調達先として、外務省の日本 NGO 連携無償資金協力が有望と思われる、現地パートナー団体と協議を進め、バングラデシュにおける NGO 登録、積算根拠書類収集などの手続きを経て申請し、立案した事業の実現につなげたい。また、それをモデルケースとして、その後の広範な普及をはかりたい。

(8) 成果を導くまでに留意したいこと

ナラヤンプール市場のコミュニティ排水事業を、日本の地域における行政の事業のように位置づけ、すばやく成果を上げるのは難しいことのように思われる。ひとつにはバングラデシュの社会事情が複雑であること、そして、政治力や行政の指導力が問われてくること。この市場を利用し構成している住民たちは、商人や農民をはじめとして多様な業種と、さまざまな層の人びとが混在している。また、首都ダッカと地方都市を結ぶ、国道の交通の要所として機能しており、流通や運輸の面でも多様な側面を見せている。

また、ビジネスをとりまく利権構造や対立する政治的なパーティによる力関係も無視できない背景である。

リーダーシップを担えるのはどのセクションになるのか。地域の協力体制を形成する場

合には、村レベルから郡、県レベルまでの行政と政治が絡んでくる。たとえ、その地域のなかで、NGO などが組織力とリーダーシップを発揮しているとしても、事業として NGO がまとめあげるには相当の力量が問われ、困難が予想される。有効にガバナンスが働くかどうか問われてくる。

一方、開発援助の ODA 予算など、外国からの開発援助資金の調達が成立している場合には、比較的事業化しやすいといえる。裨益者層である地域住民はじめ、この市場の運営委員会を含め、地方政府、行政側の役人など多様な人びとがひとつになるのは、特定の委員や政治家のリーダーシップのもとにあるのではなく、住民参加による意見の集約も大切である。ナラヤンプール市場をどのように変えていくのが理想なのか、農業、畜産、漁業、商店街の中心地として、コミュニティ住民の意見が充分に交わされ、地域環境を含め、将来の方向性について、展望が描かれていることが重要となるのだろう。

地域の人々が参加する中で、未来の理想が語られ、ことばや形として見えていること。農業や商業はじめ経済はもとより環境や教育、保健衛生、文化芸術にいたるまで、コミュニティの将来の理想的なイメージが共有され、総合的な計画の下で、この事業の位置づけが出されることが大切だ。

こうしたコミュニティ事業の場合に、外国からのサポートや考え方、技術援助、資金援助などの協力体制が備わってくると、それが、ひとつの起爆剤となり、急速に実態化されやすくなるのも確かである。ここに他の地域コミュニティがサポートし、媒介役として介在する意味も生まれる。

外国からの支援で始まる開発協力においても、地域のニーズが基本である。将来の展望が描かれ、地域の人々との間にすべてが共有され、計画のデザインとガバナンスが明確であるプロジェクトが成果を上げる。

一方、開発協力を促す側は、コミュニティ開発などの案件に対しタスクフォースを形成し、組織力を高める努力が必要である。

コミュニティ・ビジネスの推進を図ることは、開発途上国の「質の高い成長」に結びつけられる。その触媒ともいえる存在が待たれている。NGO や民間企業のみでなく、日本の地域の人々が、アジア諸国の人びとのために参画していく時代がやってきている。

第3節 持続可能な開発目標 SDGs の掲げる目標と私たちのチャレンジとその責務

1. 持続可能な開発目標（SDGs=Sustainable Development Goals）の設定

国連が 2015 年を期限として、21 世紀の指針を示した『ミレニアム開発目標』MDGs の報告書が出された。「世界の 10 億人以上が極度の貧困状態から抜け出した」など 8 つの目標設定に対して一定の成果が報告されている。

『国連ミレニアム宣言』は 2000 年の国連サミットで採択された。内容は、①極度の貧困や飢餓の撲滅 ②初等教育の完全普及 ③女性の地位向上④乳幼児死亡率の削減 ⑤妊産婦の健康の改善 ⑥HIV やマラリヤの流行防止 ⑦環境の持続可能性確保 ⑧開発のためのグローバルな連携推進など 8 つの分野で、2015 年までの目標と具体的な指標を定めた。

日本では ODA を活用して目標の達成に貢献してきたと言える。また、NGO・NPO などの市民活動も社会的な関心を高めようと努力してきた。しかし、日本の社会にこの MDGs の背景にある問題や、解決に向けての取組みは理解されていたのだろうか。

国連では、MDGs の次なる目標として 2030 年までに、新たな目標を定めている。世界共通の開発目標でもある「持続可能な開発目標」Sustainable Development Goals = SDGs を策定した。目標は多角化している。17 の目標と 169 のターゲットが掲示されている。

一定の成果を上げた「国連ミレニアム宣言」ではあるが、国連機関や各国政府の特定機関だけではとうてい達成できるものではない。企業や行政、NGO・NPO など市民グループや個人など多彩な参加があり統合的に目標に向い、それぞれの分野での取組み、協力しあう体制があつてこそ達成される。

また、より目標を推進するためには、特定の目標に向ってアプローチし、行動するステークホルダーのような専門的な組織も必要である。

目標に向う具体的な取組みと、そこに提示された、解決に向けての方法論や資金の調達など、社会が呼応して行動を起こし易くデザインされていることが成果をもたらす。

この 15 年間のあいだに、途上国の状況も多様化してきている。環境問題、国内での格差問題など新たな課題も浮き彫りになっている。

1 つはミレニアム開発目標 (MDGs) で積み残された課題である。それは地球環境問題と、貧困や開発に関する社会経済的課題である。貧困や開発の問題は、目の前に見える緊急の課題であり、解決が急がれる具体的な目標もある。それに対し、環境問題は基本的に長期的な課題ではあるが、近年、悪化する一方の環境問題に対し、解決のためのアクションの緊急性

も求められているのも確かである。

MDGs と SDGs との統合をはかり、地球環境や資源の持続的利用をはかりながら、なおかつ地球環境の健全なシステムを守っていかなくてはならないのが現状である。地球の能力や資源に限界があるとわかってきた現代ではあるが、また今後、世界人口のさらなる増加によって、発展、石油、石炭をはじめ化石燃料による CO₂ の増加による気候変動も、また、私たちの生活と密接に絡み合いながら、人類全体の問題として立ち上がってきている。経済活動を優位におく開発も、地球環境の問題を無視しては成立しないのが、我々のおかれている現状であろう。

SDGs の目標には、地球環境の悪化に伴い、開発途上国の抱える問題に対して、先進国の責任を強く押し出している。具体的な数値目標も設定されており、「私たちが未来をつくる」という意志を感じる。Development は「開発」の意味ではなく「発展」と理解され、世界全体の課題であると捉えることが大切だ。

では、環境や資源の健全な利活用はどのようにして可能になるのか。ここに我々人類の未来がかかってきており、資源やエネルギーの消費や浪費を含め、社会のなかにエコシステムをつくりあげ、実践し行動する時代を迎えているということである。

2. 「持続可能な開発目標」SDGs はどのようにして可能になるのか。

まず、社会の人びとが SDGs の内容に関心を持ち、開発教育、環境、教育などを通して理解をすすめることでしょう。自治体、企業をはじめ、NGO・NPO などと協力して、企業 CSR や、行政や市民の中にも学びの場を形成し、具体的な活動方針をたてて取り組んでいくことが求められてくる。

いま、開発援助に取り組む主体は、政府機関や国連機関だけではない。多くの企業体や地域社会、市民活動へと、その裾野を広げていかないと解決できないほどに、いまある状況は複合的、包括的な問題であり、一人ひとりの個人の意識すら問われているともいえる。

コミュニティビジネスの目標とするところはなにか。コミュニティに照準を合わせ、単なる利益を求めてのビジネスという意味ではないことは確かである。私たちの社会には投資と利益追求という独特のビジネス観があり、正統な在り方ととらえられている。しかし、現代において (Sustainable Development) SDGs=持続可能な開発の目標のなかには、「世界全体の平和と発展へのチャレンジ」という意味がある。それは開発というより平和と balan

スのとれた“発展”ということでもある。

力あるもの、先進国や企業が開発を導くのではなく、取り残された不平等な存在の人びとに対しても「だれ一人取り残されない」という精神が含まれている。貧困など過酷な状況に苦しむ人びとに対しても手を差し伸べ、すべての人びとが豊かになれる社会をつくり出し、ていく。それは、国家のためにというのではなく、目標の達成に向けて私たちすべてが取り組む創造的な課題でもあるのです。

新たな開発目標、SDGs の特徴といえるのは、「5 つの P」が掲げられていることだろうか。「すべての人びとの参画を」と「だれひとり取り残されない」をキーワード People (間) Planet (地球)、Prosperity (繁栄)、Peace (平和)、Partnership (連携) に焦点を当てて取り組むことが掲げられている。

「持続可能な開発目標＝SDGs」が目指すものはなにか。それは、開発途上国の問題だけでなく国際社会全体の問題でもある。先進国の日本という国と、発展途上国という形で意識するのではなく、また国家と国家という関係ではなく、地球市民のひとりとして考えることが求められている。

第 4 節 日本の地域と世界を結ぶ『そんなプロジェクト』

「そんな」とは小さな村と村が出会いプラスに転ずる事を意味する。いま、日本にはさまざまな地域活動が生まれている。地域の潜在的な能力を見出し他者と交流を重ねる。異文化との交流により新たな視点に気づき、それを活力につなげていく。

例えば、それがアジアの地域社会との関係においても、縦横の糸が布を織りなすかのように、ひとつの交流が契機となり、継続して行くうちに長期的な協力関係を結ぶようになる。やがてそこには鮮やかな模様の布が織り上がるかもしれない。

日本の数多くの NGO が、世界各国の村々との開発協力を繋いできた事例は、日本の地域とアジアの地域を結ぶ実践例となり、新たに多様な事例を生み出すことに繋がると思われる。そして、地域と世界を結ぶ交流は、やがてはお互いの文化への理解となり、子どもの教育や人権の問題、そして平和や環境の問題を考えることに展開し繋がる。こうした地域と世界をむすぶ『そんなプロジェクト』の可能性について考えてみたい。

アジアの地域と日本の村が繋がることによりおきてくる変化とはなにか。まずは村人の交流から始まる繋がり、やがては学校や自治体や企業の人々にも繋がりネットワークを形

成できれば、それは、教育や文化、技術協力や村おこし、そして、環境問題や自然エネルギーなど、人類にとって共通のテーマを考えることに繋がっていく。今はそうした手段は多様に生まれてきている。

『そんなプロジェクト』はやがては地域の中でプラスに転じ、変化は希望へと繋がっていく。地域の取り組むプロジェクトは、NGO との連携、あるいは日本の地方自治体と行政や企業との協力を促し、やがてはアジアの地域社会が取り組む、さまざまな課題と連携することになると思われる。

1. 地域と世界を結ぶ飯田市の事例から

カンボジアの地方都市、プノンペン郊外にあるタクマオ市にある「クメール伝統織物研究所」は、森本喜久男さんによって 1996 年に設立され、内戦下で途絶えかけていたカンボジア伝統の絹織物の復興と、伝統的養蚕の再会に取り組んできた。現在はアンコールワット遺跡の近くに、拠点を移し「伝統のもり再生計画」プロジェクトに取り組む。

荒れ地を切り開き小屋を建て、畑を耕し、桑、綿花を栽培、養蚕をし、自然染色のための木々を植えて、自給的な染と織が可能な工芸村を立ち上げてきた。現在は 200 人を超える職人や村人が暮らすようになっている。

その森本さんが講演のため、飯田市を訪れたことから交流が始まった。もともとからカンボジア支援を続けていた NPO 法人「ふるさと信州緑の基金」役員の伊澤宏爾さんと出会い、「いま必要なことは教育」との森本さんの声を聞き、会員らによる支援が始まっていく。コンサートの開催、街頭募金、協力者へのよびかけなど、飯田市民など地域社会の人びとによびかけて募金をつのっていく。それは、やがて「伝統の森学園・飯田学校」の建設へと結びついていった。

自然環境の再生と産業としての伝統織物、これらはビジネスとしても土産物をはじめ、さまざまなグッズ商品の開発に結びつき、貴重な収入源となるまでになった。もとより飯田周辺の地域は、かつて養蚕が主産業としてあり、絹織物とは縁が深い。森本さんは、西陣織物のさかんな京都で育ち、染色から織まで手に技術を持っていた。ベトナム戦争以後、タイに渡り、自らのもつ技術をどのように生かし、この地の人びとに、なにをもって貢献できるか模索していた。染色などの事業を興す中で、さまざまな縁が織りなされていくことになる。飯田市との関係もそのなかで生まれてきた。

いまでは、飯田市の住民によるカンボジア訪問ツアーが組まれ、毎年、地元の高校生たち十数名による、スタディツアーも開催されている。このツアーは、飯田市教育委員会はじめ NPO 法人「ふるさと信州緑の基金」などが後援している。カンボジア各地を訪ね、農村や学校で村人たちや子どもたちとの交流を重ねてきた参加者の旅行記は、毎年、地元の地方紙『南信州新聞』や『信濃毎日新聞』などに掲載され、ひろく地域の人々に高校生の体験記が読まれている。

カンボジアの村人のくらしや生活を体験することによって、高校生たちは、生まれ育った文化や地域の課題にも気づいていくようだ。若者たちのスタディツアーがどのような成果を生み出すのかは、すぐには見えてこないことではあるが、自らの進路を定め、学ぶ事の意欲にも繋がり、世界のどこの地域に暮らしていても歓びや哀しみを、同じように感じ取っていることがわかる。やがて、これら高校生の体験が、地域とアジアの農村との交流をふかめ、ソーシャルビジネスとか地域振興にまで育っていくことを期待できるのではないかと考えられる。

日本の NGO・NPO などの市民活動が会員を集め、その会員たちがバザーを開いたり、民族音楽のコンサートを開いたり、フェアトレードの事業にまで活動を展開し、そこで上がる売上利益などを、ふたたびアジアの農村に還元している。時には学習会やツアー報告会などをひらき、NPO 会員やメンバーとの交流を深めている。また、そのような活動を通して、地球環境の問題や、教育や女性たちがおかれている現状など社会的な問題に対して、講師を招き勉強会や講演会などを開催している。こうした活動はやがて、日本の地域にまで広がっていくのだろう。

2. コミュニティビジネスへの複合的な取組み

― 地域振興へもう一つの動き「学輪 IIDA」

長野県の南に位置する飯田市は、南アルプスと中央アルプスに囲まれ、その真中を北から南に向って天竜川が流れている。人口は約 40 万人、周辺の町村を含めても 70 万人弱の地域である。「文化経済自立都市、うつくしい自然に恵まれ、永い歴史と尊い伝統文化に包まれた人情豊かな町」と、市の広報では唱っている。

高校卒業と同時に約 8 割の若者が大学進学などで地域を離れ、将来的にも約 4 割の方しか帰ってこない現状があり、若者など将来の人材の流出が大きな課題となっている。地域で

育てた人材が都会に流れてしまうという図式は、飯田のみならず日本の地域が抱えている大きな問題である。教育の面でも、お金をかけて育ててきた人材が、将来、地域に残らず都会で働くのは、経済的にも地域の大きな損失といえる。

また、農業者をはじめとして、代々にわたりこの地域を支えてきた人びとからすれば、人材の流出、都市の集中化は土地などの財産の継続にも不安を抱く。これは経済的な側面のみならず、人びとの歴史、文化の継承の面からみても、深い問題を抱えている。都市への人口の集中化は日本のみならず、世界的な傾向であり、特に途上国においてはこの傾向は顕著である。著しい格差は、近い将来の重い課題といっても過言ではないだろう。

しかし、一方で地域としての飯田は「環境モデル都市」や「南信州定住自立圏」などさまざまな取組みが、先進事例として注目されており、「南信州・飯田フィールドスタディ」などを通して大学研究者、学生、そして JICA の研修地域としてアジア、アフリカ、南米などからの研修生の訪ねてくる地域でもある。

また、自然エネルギーに対する関心も高く、NPO 法人「いいだ自然エネルギーネット山法師」では、化石燃料ゼロハウス「風の学舎」を建造し多くの若者や研究者を集めているし、都会との交流事業「南信州フォーラム」も回を重ねている。

創エネと省エネで循環型社会を目指す、ソーラーシステム設置の「おひさま進歩エネルギー」株式会社などの取り組みも、地域ぐるみでエネルギーの地産地消をめざす、大きな規模のものになり注目されている。また、最近では企業による小規模水力発電へのチャレンジも生まれている。

地域のこうした動きの中で、2011（平成 23）年には、南信州・飯田フィールドスタディなどを通じて、この地域と関係を深めてきた大学関係者などで、大学連携会議「学輪（がくりん）IIDA」が設立された。

これは、さまざまな大学が飯田と関係を持ち、飯田に集い、飯田を起点に専門的知見を地域に呼び込んで行こうとするものであり、将来的には「飯田の豊かさを享受できる学術研究都市」を目指している。飯田を起点として、相互につながる有機的ネットワークを形成するためでもある。

「学輪 IIDA」のコンセプトは「21 世紀型の新しいアカデミーの機能や場をつくる」としている。研究者同士が相互に知りあい、親交を深めつつ、モデル的な研究や取組みを地域で、産業界、教育界、住民、行政等の連携の下で、共同事業として行っていこうとするものである。現在、2016 年 1 月で、36 大学 87 人の研究者が参画している。

また 2012 年「学輪 IIDA」は総務庁の「域学連携」地域づくり実践研究事業に採択された。これは、「大学生と大学教員が地域の現場に入り、地域の住民や NPO 等とともに、地域の活性化や人材育成に資する活動。」であり、現在、地方自治体の 4 割が取り組んでいるといわれる。

学輪 IIDA の取組みは、やがてコミュニティ（ソーシャル）ビジネスと連携することになっていった。学輪 IIDA に取り組む、大学、研究者たちによって、意見交換や情報交換がおこなわれ、今後の大学連携の方策などについて検討する「大学連携会議」が開催された。参加者による飯田に関する取組・評価等についてプレゼンテーション、「飯田工業高校後利用」「共通カリキュラムの構築」「論文等の格付け・発信」「国際化の取組」「産業創出」などについての提案があった。

市民向けに発刊している広報誌「広報いいだ」には、「学びの宝庫、飯田」というコーナーが開設され、調査などで多くの学生達がこの地域に学びに来ていること、その多くの学生が飯田に魅力を感じ、地域が価値を有していることを、市民の皆さんなどに発信されている。

ほかには、南信州ソーシャルキャピタル・フィールドスタディとして「学輪 IIDA」共通カリキュラム等の構築プロジェクトに取り組むチームが生まれている。「共通カリキュラムの構築」に向けた実証実験事業として、先生方の協力のもと、飯田市、しんきんシンクタンク、地域住民等で打ち合わせを重ね、具体的な学習内容を決めている。

そこには、自主的な学びともいえる場が生まれ、モデルカリキュラムのテーマを、「ソーシャルキャピタル」とし、持続可能なまちづくりを推進していくうえで重要な要素とはなにか、大学教授たちによる指導や、さまざまな取組をしている実践者のひとたちとの学習や交流を通じて、持続可能な地域づくりと「ソーシャルキャピタル」との関係について学習、検証している。

こうした学生たちの体験的な、地域をフィールドでの学びは、将来、アジアなどの発展途上国において、地域づくりやコミュニティビジネスを構想し、構築するうえにおいても貴重なまなびの体験となるのだろう。

第 5 節 おわりに

いま世界は、グローバル経済、グローバル企業に代表される巨大な資本と経営の影響下におかれている。それは、国家の ODA プロジェクト事業においても同じようなことがいえる。

地球上のさまざまな分野にわたり格差が広がり、開発経済、教育文化、地球環境などにそのほころびが見えている。

課題解決型のコミュニティビジネスをどのように作り出せばよいのだろうか。コミュニティビジネスもまた、こうした巨大な力に屈するのではなく、地域からの新しい動きを模索している。

グローバリズム経済の力に左右される世界の状況、地域における生活格差などをみると、問題をはらんだ世界の現状と未来のどこに解決を見出せるのかわからなくなる。しかし、私たちは、世界の片隅の地域社会の中に暮らす、あたり前の暮らしを営む人びとともに、歩み、考え、チャレンジすることによって、あるべき未来の姿を描き、もうひとつの生き方を身につけるのだろう。ちからを合わせる知恵が必要だ。

<参考文献>

- ・ 田中直『適正技術と代替社会、インドネシアでの実践から』岩波新書
- ・ 森本喜久男『カンボジアに村をつくった日本人』白水社
- ・ 平澤和人『風の学舎発 持続可能な社会をめざして』オフィスエム
- ・ 『みんなの力で自然エネルギーを 市民出資による「おひさま」革命』 おひさま進歩エネルギー株式会社

第8章 コミュニティビジネスと NGO の役割

～フィリピン CARD MRI の事例から～

(特活) アジア・コミュニティ・センター21

代表理事 伊藤 道雄

要 約

途上国でのコミュニティビジネスは、NGO、とくに地域社会の事情に精通した現地 NGO が大きな役割を果たす。事例に挙げたフィリピンの CARD MRI は、NGO としてスタートし、その後、マイクロファイナンス銀行を設立。その後も、顧客の経済活動を支援する NGO と企業を立ち上げ、両者を両輪としてコミュニティビジネスを推進する。その究極の目標は、顧客たち自身が銀行やその他組織の所有者、経営者になることである。

第1節 はじめに

ここで取り上げる CARD MRI は、2015 年現在、フィリピン最大のマイクロファイナンス機関であり、同国最大の社会開発機関の一つである。団体の名称 CARD MRI は、CARD Mutually Reinforcing Institutions（カード相互補強機構）の略称で、この機関は NGO4 団体と企業 10 社から構成される連合組織である。因みに、CARD は、NGO として 1986 年にスタートしたときの団体名、Center for Agriculture and Rural Development の略称である。

本稿では、CARD MRI がコミュニティビジネスを進めるにあたり、連合組織内で NGO4 団体がどのような役割を果たしているかを見てみる。なお、筆者は、過去 30 年以上にわたり、CARD MRI の創設者と交流¹があり、本稿を執筆するにあたっては、これまでの彼との対話が背景にあることを付記したい。

第2節 コミュニティビジネスとは？

1. 定義の試み

日本のコミュニティビジネスの長年の提唱者であり、現在、コミュニティビジネス総合研究所代表取締役所長である細内信孝氏は、コミュニティビジネスを以下のように定義する。

「コミュニティビジネスとは、地域コミュニティを基点にした住民主体による地域のための事業です。それは、雇用機会を創出し、地域内で人、モノ、カネ、情報等を循環させ、地域内に自立的な経済基盤を築きます。」² また、同氏は、コミュニティビジネスを「地域コミュニティ内の問題解決と生活の質の向上をめざす『地域コミュニティの元気づくり』を、ビジネスを通じて実現することとも言えるでしょう。」と述べている。³

この定義を途上国のコンテキストに適用すると、どうなるのか。途上国でも貧困で喘ぐ地域の人々の生活向上に資するべく、現地 NGO を通した資金援助活動に長年携わってきた筆者は疑問を抱いた。まず、貧困地域で、一概にこの定義を適用して、実行できるかという疑問である。多くの貧困地域は、まだその前段階にあると考える。すなわち、コミュニティビジネスを行うインフラが整っていないと見る。もちろん、地域によって、経済的に貧困であっても、豊かな伝統を持ち、住民間の絆がしっかりした地域も多い。しかし、こうした地域でも、住民主体による地域のための事業を創出することは容易でない。むしろ、地元住民の考えやニーズに最大限に応えようとする“よそ者”の創造的な介入が必要と考える。すなわち、外からの仕掛けである。さもないと、貧困地域は、経済のグローバル化が大きく進展する中で安価な労働者の供給源、自然資源の搾取の対象となり、健全なコミュニティの発展は難しい。もちろん、理想的には、地域社会の中から、目覚めた人材がそうしたイニシアティブをとるのが望ましいが、本稿では、“よそ者”である NGO の役割が大変重要であると考え、考察することにしたい。

したがって、筆者は、上記の定義に、途上国でのコミュニティビジネスの成功への要件として、広く外との繋がりを持つ、開かれた考えを持つ個人、組織（ここでは地域社会に精通する NGO）の参加が重要であることを加えたい。

第3節 CARD MRI の概要

1. 沿革と組織概要

CARD MRI の最初の組織は、1986 年に設立された Center for Agriculture and Rural Development (CARD) [農業・農村開発センター] で、当時 29 歳の青年ハイメ・アリストトゥル・B・アリップ（通称アリス・アリップ）と彼を支える 14 人の仲間たちによって始められた。彼らの夢は、貧困で苦しむ土地なし農民が銀行や会社組織等を所有し、経営者になるよう応援、実現することであった。11 年後の 1997 年には、フィリピン最初のマイクロファイナンス銀行を設立するのに成功した。そしてその後は、NGO と銀行を両輪として活動を展開し、コミュニティの人々のニーズに応えるべく、さらなる NGO と企業を立ち上げ、構成メンバーは、2015 年現在 14 機関になっている。14 機関の設立年と活動概要は表 8-1 を参照。

表 8-1 CARD MRI を構成する 14 機関

2015 年 11 月現在		
組織名	設立年	活動概要
CARD Inc.*（農業農村開発センター） （非営利組織） *Center for Agricultural and Rural Development, Inc.	1986	マイクロ・クレジットを提供する NGO
CARD Bank, Inc（カード銀行）	1997	フィリピンで最初のマイクロファイナンス銀行。金融・非金融サービス（融資、貯蓄、送金など）を行う。
CARD MBA, Inc.*（カード共済保険組合） （非営利組織） *CARD Mutual Benefit Association, Inc.	1999	メンバーの女性たちがオーナー・管理者となって、マイクロ保険サービスの提供。毎週 15 ペソ（約 39 円）を掛け、メンバーと家族が生命保険に加入。死亡、事故、障がい、年金、退職金をカバー。1～5 日で保険金支払い。
RISE, Inc.* （連帯・エンパワメント責任投資金融会社） *Responsible Investments for Solidarity & Empowerment（RISE）Financing Company, Inc.	2000	（カトリック・リリーフ・サービスとそのパートナー団体（カリタス・フィリピン、ネグロス未来財団、ほか）と共同設立。）教育機関、協同組合、農村銀行などにファイナンスリースやオペレーティングリース、そして卸売ローンを提供
CMDI*（カード MRI 開発機構） *CARD-MRI Development Institute, Inc. （非営利組織）	2005	CARD スタッフ、顧客（マイクロファイナンス利用者）、CARD のメンバーとも呼ぶ）、外部関係者の研修、教育 *2015 年に高等教育機関として政府から認定受ける。

組織名	設立年	活動概要
CaMIA*（カードMRI保険代理店） *CARD MRI Insurance Agency, Inc.	2007	他の保険会社と提携し、災害保険サービス（損害保険と生命保険）の提供。（非会員も加入可）
CARD SME Bank, Inc.（カード中小企業銀行）	2007	中小規模事業者への金融サービス。最大500万ペソ（約1,300万円）融資。融資期間は、3か月～3年間
CARD-BDSFI, Inc.* （カードビジネス開発支援財団）（非営利組織） *CARD-Business Development Service Foundation Inc.	2008	顧客のマーケティング支援（取扱商品：農産物、工芸品、工業製品、エネルギー）。顧客間の仲介。
CMIT, Inc.*（カードMRI情報技術社） *CARD MRI Information Technology, Inc.	2008	CARD-MRIのグループ機関のデータ管理。保険情報システム、モバイルバンキングなどの商品開発。
BotiCARD, Inc.（ボティ・カード社）	2011	貧困者のための安価で質の良いジェネリック薬品を販売。ボランティア医師の参加と公立病院の協力を得る。保健教育も実施。
Rizal Bank, Inc.（リサル銀行）	2013	リサル銀行（旧称：Rizal Rural Bank）は、1996年に誕生したマイクロファイナンス銀行。経営に行き詰った同銀行をフィリピン中央銀行の仲介で買収。
CARD LFC, Inc.* （カード・リーシング金融会社） *CARD Leasing and Finance Corporation	2013	CARD-MRIのグループ機関が必要とする事務機器・設備をリース。外部の小規模事業者、協同組合、マイクロファイナンス機関にもリースサービスの提供。
CPMI, Inc.* （カード・パイオニア マイクロ保険会社） *CARD Pioneer Microinsurance Inc.	2013	フィリピン大手保険会社 Pioneer Life と提携し、フィリピン国内での最初のマイクロ保険専門会社として設立。
MLnI, Inc.*（マガ・リクハ・ニ・イナイ社） *Mga Likha ni Inay	2014	CARD-BDSFIの一事業から独立。CARD-MRIの顧客（メンバー）の製品を販売。ドレス、アクセサリ、農産物加工製品（コーヒー、オイル、果実酒など）を取り扱う。

（注）本表での円換算の交換レートは、表 8-2 を参照。

（出所）CARD MRI 発行の年次報告書およびウェブサイトに基づき筆者が作成

2. 組織のガバナンスと活動

CARD MRI は、前述の別表 8-1 のように、2015 年 11 月現在、14 機関から構成されている。これらの機関は、それぞれ理事会とマネジメント委員会を持ち、運営が行われている。CARD MRI は、これら 14 機関の事業を監督、調整する機能を持ち、そのためにこれら機関のメンバーのプレジデントやヴァイス・プレジデント等 17 名から構成される執行委員会、

マネジメント・レベルのディレクター91 名によるマネジメント委員会、そして有識者や専門家 9 名による諮問委員会が置かれている 4。

指標に見る CARD MRI（14 機関全体）の概要は、表 8-2 の通りである。

表 8-2 指標から見る CARD MRI の概要（2015 年 11 月現在）

財政面

関連項目	単位ペソ（日本円相当額）*
総資産額	24,477,848,239（約 637 億 8,900 万円）
貸付残高	11,884,093,638（約 309 億 7,000 万円）
貸付金返済率	99.26%
預金受入総額	8,856,189,039（約 230 億 7,900 万円）
保険金支払総額	2,133,676,736（約 55 億 6,000 万円）

*交換レート：P1=¥2.605906（2015 年 11 月 13 日現在）

社会活動面

サービスの利用者など	人数、事務所数など
顧客（融資利用者、預金者含む）	3,076,495 人
融資利用者	1,694,561 人
被保険者	12,653,195 人
センター・ミーティングでの研修参加者 （Credit with Education）	958,789 人
CARD Bank の株主となっている顧客	110,263 人
保健プログラム利用者	1,724,014 人
診療所利用者（CARD 非メンバー含む）	78,459 人
災害保険でカバーした家族	59,191 世帯
奨学金受給者（高校生、大学生）	6,095 人

組織体制面

職員、施設等	人数、事務所数、ほか
職員	9,408 人
共済保険協会コーディネーター	1,152 人
有資格保健ワーカー	1,221 人
支店	286 店舗
事務所 (Office Units)	1,626 ヲ所
診療所	16 ヲ所
薬局	11 ヲ所
“Mga Likha ni Inay” 販売コーナー	5 ヲ所
海外事務所／財団	5 ヲ所 (ベトナム、カンボジア、ラオス、 インドネシア、香港)

(出所) CARD MRI ウェブサイト http://www.cardmri.com/cardinc/?page_id=373 の At-A-Glance に
基づき、筆者が作成

第 4 節 CARD MRI のコミュニティビジネスへのアプローチ

1. 理念

(1) 創設者の動機と目標

創設者のアリス・アリップは、CARD Inc.を立ち上げる前、8 年あまりフィリピン最大の NGO であった Philippine Business for Social Progress (PBSP) に勤務し、彼に課された仕事は、小農民が自分の所有する 1 ヘクタールの農地で家族を養うことのできる総合農法の普及であった（筆者が出会ったのはこの頃である）。事業は大きな成果を挙げ、組織内外から高い評価を得た。しかし、彼はその業績に満足せず、土地を持たない最貧困層の農業労働者を対象にした事業を始めたいと上司に申し出た。しかし、土地なし農民に技術支援をすることはチャリティで非現実的だと受け入れられなかった。このことがきっかけとなり、彼は、PBSP を離れ、自ら NGO を設立、ココナツ農園の季節労働者たちなど、土地を持たない農業労働者の支援活動を始めた。彼は、土地を持たない農業労働者も、ビジネスの手法を使うことにより、すなわち能力向上を図り、小規模資金を融資することにより、収入確保の道を開かせることが出来ると信じていた。

(2) 女性支援へのこだわり

CARD Inc.の誕生後の初期のころは、マイクロファイナンスの貸付先は、男性、女性を問わないものであった。しかし、彼の経験によると、男性は収入があると、飲み食いに費消し、見栄を張って友人たちを振る舞うという。一方、女性は子どもや家族の必要経費にあてる。貸付金の返済率も、女性が圧倒的に高い。アリップは、この女性の資金の使い方自身が、まさに社会開発だという。

こうした実際の経験が、現在、女性が CARD MRI の融資先となっている所以である。

(3) ビジョンとミッション

彼の理念と経験は、CARD MRI が今日掲げる、以下のビジョンとミッション（2012 年改訂）に反映されている。（CARD MRI の HP から、筆者が翻訳）

ビジョン： CARD MRI は、マイクロファイナンスと地域コミュニティに根ざした社会開発を行う世界レベルのリーダーとして、社会的・経済的困難を抱える女性と家族が生活の質を向上させ、国づくりに寄与している。

ミッション：

- 1) 社会的・経済的困難を抱える女性とその家族が、金融、少額保険、教育、生計、保健、その他の能力構築サービスに継続的にアクセスすることができるようにし、よって、地域社会と環境に対する責任ある市民になれるよう、エンパワーすることにコミットする。
- 2) 女性メンバーが金融・社会開発機関を管理し所有権を取得できるようにする。
- 3) 共通の目標が達成できるよう、適切な（公的）機関と民間機関と、そして地域住民と地域組織との提携関係を作る。

2. コミュニティの人々のニーズに応えた組織づくり

(1) よそ者、しかしコミュニティの人々に寄り添い、声を聞く

貧困の地域の人々がコミュニティビジネスを始めるにあたっては、地域社会の人々が自らリーダーシップを発揮して、地域の人々を組織化して、主体的に行うのが理想である。し

かし、そうした地域では、往々にして伝統や因習に縛られ、教育は十分に行われておらず、人的能力にも限界がある。また、経済のグローバル化の下で、前述したように、安い労働者の供給元として、若者たちは都会へ向かい、地域は過疎化する恐れもある。このような状況下で、こうした地域社会の人々に寄り添い、声を聞き、彼らや彼女らの社会課題に応える NGO は、たとえ、“よそ者” であっても大きな役割を果たす。

CARD MRI は、そのビジョンにもあるように、「地域コミュニティに根ざした社会開発」を行うことを謳っている。

CARD Inc. の職員のみならず、創設者のアリップ自らも、常に貧しいコミュニティを訪問し、そのニーズ把握に努めている。そしてニーズ把握とマイクロファイナンスの事業化の可能性を確認後、CARD Inc. の支部を立ち上げる。

(2) NGO と企業が両輪となってコミュニティビジネス

CARD MRI のメンバーとなる組織の作られ方を見ると、コミュニティビジネスを推進するにあたり、NGO と企業（社会的企業と言えよう）が対になって作られていることが分かる。これは、ある面では先導性、機動性、柔軟性を持つ NGO が、そして他方ではビジネス手法や事業の持続性に長けた企業が作られる。これは、コミュニティの人々のニーズに的確に応えようとする姿勢の現れだと解釈する。例えば、NGO である CARD, Inc. が顧客のための預金機能を備えないのを補うべく、そして事業の持続性を考え銀行を立ち上げ、また、顧客の生産、経済活動を支援するため、財団 CARD-BDSFI を立ち上げ、マーケット開拓を支援し、その活動に目途がつくと会社組織として MLnI 社を立ち上げている。

このように、NGO と企業は、CARD MRI 内で、キャッチボールをしながら、必要なときには、新たな NGO あるいは企業を立ち上げ、両輪としてコミュニティビジネスの推進に取り組んでいる。

3. コミュニティの人々の相互学習、連帯感の推進

(1) センター・ミーティング

CARD MRI のマイクロファイナンスを行う 4 機関——CARD, Inc.、CARD Bank、Rizal Bank、CARD SME Bank では、顧客は、毎週開かれるセンター・ミーティングに出席することが義務付けられている（ただし、マイクロファイナンスを卒業し、中小規模の融資を受

ける顧客は、免除)。

ミーティングは、CARD 側からのアカウント・オフィサーの出席の下、顧客 25～30 人が出席し、毎週 1 回、午前中に 1 時間ほど開かれている。その式次第は、次の通り。まずは、国歌斉唱と CARD 顧客（メンバー）としての誓いの言葉の復唱、そして、ローンの回収、保険金掛け金、預金の受け取り、保険申請等が行われる。

運営は、顧客たち自身が選挙で選んだセンター長によって行われ、同じく選挙で選ばれた書記と会計担当がセンター長を補佐する。ときには、特定のテーマを取り上げ学習活動を行う。このような会合を通して、マイクロファイナンス・サービスを受ける地域の顧客同士は連帯感を強めていく。

(2) The Lakbay Aral Program

さらには、CMDI が 2005 年に始めた The Lakbay Aral Program（タカログ語で“学びの旅”の意）がある。このプログラムは、前述の各コミュニティのセンター長が他のコミュニティのセンター長と経験交流と相互学習を行うもので、同時に CARD MRI のメンバーおよびコミュニティ間の連帯意識を高めることをねらったものである。

4. 顧客が銀行、非営利組織の所有者、経営者に

CARD, Inc.の創設時に立てた目標、すなわち、マイクロファイナンスの顧客たち自身が銀行の所有者にそして経営に参加するという考えは、着実に進められている。

CARD Bank は、2015 年現在、優先株の 50%以上がマイクロファイナンスの顧客によって所有されている（アリス・アリップの 2015 年 11 月 17 日付メールによる筆者への説明）。組織の連帯意識を強めるという意味もあり、CARD MRI の役員や職員も株式を所有している。因みに、外部からの投資は受け入れていない。

CARD Bank の理事会は、2015 年現在、9 名で構成されているが、そのうち、CARD, Inc. 代表者 3 名（株の 30%を所有）、マイクロファイナンスの顧客 2 名、外部からの有識者 2 名、マネジメント委員会メンバー 2 名、そしてこのほか、マイクロファイナンス顧客 2 名がオブザーバーとして参加している（アリス・アリップの 2015 年 11 月 17 日付メールによる筆者への説明）。そして、年に一度、株主総会が開かれ、株を所有するマイクロファイナンス顧客も参加する。

一方、マイクロファイナンス顧客のセーフティネットとして設立された共済保険協会 CARD MBA は、現在、メンバーの女性たち自身によって 100%所有され、運営されている。2015 年現在、理事会は 13 人で構成。11 名は協会メンバーから選出された代表で、他の 2 名は外部からの有識者である。CARD MRI の役員は、マネジメント・アドバイザー委員会、その他委員会に参加し、MBA 理事会への助言、補佐活動を行っている。

第 5 節 まとめ：コミュニティビジネスにおける NGO の役割

ここでは、CARD MRI がコミュニティビジネスを進めるうえで、そのメンバーである NGO4 団体のうち 3 団体を取り上げ、他のメンバーの企業や NGO とどのような連携を持ち役割を果たしているのか、考察してみたい。

1. CARD, Inc.

(1) 銀行設立の先導者として

CARD, Inc.が 1997 年にフィリピン最初のマイクロファイナンス銀行を生み出したことは、すでに紹介した。そして、その後、この銀行の融資を受けた顧客が成長し、資金規模の要請が大きくなり 2011 年の中小企業銀行 CARD SME Bank の設立へと繋がった。

(2) 公式な銀行の顧客に成長させるための“就学前”教育の場として

CARD, Inc.で極めて少額の信用貸し（数千円から 1 万円程度）を受け、毎週返済する経験を積んだ顧客が CARD Bank の顧客に転籍することを許される。いわば公式な銀行の顧客になる前の“就学前”教育の場となっている。そしてこの間、毎週、開かれるセンター・ミーティングの場で、約 15 分間を使って、保健、商売、お金の管理などをテーマにして勉強する（後述の CMDI プログラム Credit with Education を参照）。いわば、貧困層でのコミュニティビジネスを進めるためには、まずは人的能力の向上、それも学習と合わせた実体験が大事だということである。

(3) 支援対象の新しいコミュニティ開拓

CARD, Inc.の職員は、常に新たな貧困な地域を訪問、調査し、マイクロクレジットの必

要と導入可能性を確認した後、支部を開設し、新たな顧客を受け入れていく。アリップは、かつて筆者に、CARD, Inc.の役割について、軍隊に譬えて言えば、戦闘の場に真っ先に上陸する“海兵隊”だと語った。そして銀行である CARD Bank は、さしづめ“海軍”か“空軍”であろうと。

2. CMDI

すでに、見てきたように、CMDI は、当初、マイクロクレジット事業に従事する職員の研修を主目的として、CARD, Inc.内の一部門としてスタートしたが、その後、成長、独立して現在の形を取っている。そして、2015 年には、フィリピン政府から高等教育機関として認定され、学位を授与するようになっている。

(1) 顧客／メンバーの能力強化

CMDI の人材育成のユニークさは、マイクロクレジット、マイクロファイナンス・サービスに従事する職員の研修のみならず、融資を受ける顧客への研修を行っていることである。これは、NGO である立場から可能であり、また積極的にできることであろうと考えられる。

(2) 顧客同士の交流、協力関係の促進

CARD MRI の職員を対象に、専門性の高い、特定テーマで研修を行うほか、顧客には、ビジネス、保健、生活技能に関連する学習指導（Credit with Education）をセンター・ミーティングで行うとともに、地域間の交流、相互学習を目的とした研修（The Lakbay Aral Program：学びの旅）も行っている。さらには、外国を含む他の関連機関の訪問者を受け入れ、CARD MRI の経験、技術を共有し、広く世界に開かれたパートナーシップづくりを行っている。

3. CARD-BDSFI

顧客の製品の販売先の開拓支援を行うビジネス開発支援財団 CARD-BDSFI が生まれる芽は、早くも 2001 年当時にあった。CARD, Inc.の多数の顧客が、自分たちの作った品物の販売先開拓支援の要請を行ったときに、CARD, Inc.は、生産者とバイヤー個別に結びつける活動を試験的に行った。販売品は、CARD, Inc.の本部事務所のコーナーで展示された。

このようにして始まった小さな活動が、2005 年の全国的な顧客ニーズの調査（オランダの NGO の助成金を受ける）を経て、原材料の一括仕入れとか製品向上のための技術研修のニーズが確認され、2008 年の CARD-BDSFI の設立につながった。

（1）顧客の製品のマーケット開拓支援

財団としての数多いマーケット開拓支援活動の中でも、顧客の女性たちが地域社会土着の材料を使って生産する品物を“Mga Likha ni Inay”（タカログ語で“お母さんのつくった製品”の意）という名称でブランド化を図り販売促進キャンペーンを行った。その一環として、行われたファッションショーは、2015 年 11 月現在まで 12 回実施されている。モデルは、CARD MRI の職員、顧客、先住民族の子弟たち。このようにして、CARD MRI というコミュニティが職員と顧客が一体となり、“お母さんたち”の作った製品の販売促進を行っているのである。

そして、この“Mga Likha ni Inay”のブランド化キャンペーンは、2014 年には、マーケットを専門とする会社組織を生み出した。

（2）農民の家庭菜園から有機農地へ、有機肥料の生産へ

CARD-BDSFI は、2013 年には、顧客の住宅の周囲を使った家庭菜園—野菜、薬草、短期間に収穫できる農産物の生産を奨励した（“Luntiang Bukid ni Inay”プロジェクト）。そして、それらの農地を有機農業の実践へと導き、さらには、ミミズ堆肥を使う有機肥料の生産活動に導いた⁵。その結果、農民は、有機肥料の一部を販売するようになっている。一方、農産物の機関購買者への販売促進を行うため、農民に梱包技術を指導している⁶。

以上のように、CARD-BDSFI は、CARD MRI の顧客である農民の農業支援——CARD の活動が始まった原点でもある——に挑戦しようとしている。

¹ 筆者が現在事務局責任者として関わる公益信託アジア・コミュニティ・トラスト（ACT）は、CARD, Inc.の創成期から支援を始め、通算 10 年間、助成を行った。

² 細内信孝著『新版コミュニティビジネス』学芸出版社、2010 年、p.15

³ 前掲、p.12

⁴ http://www.cardmri.com/?page_id=75

⁵ CARD MRI Annual Report 2013, p12

⁶ CARD MRI Annual Report 2012, p17

巻末資料

1. 自治体の取り組み事例 ― 横浜市 Y=PORT について

横浜市国際協力課長 近藤 隆

横浜市の公民連携による国際技術協力



Y-PORT
YOKOHAMA PARTNERSHIP OF RESOURCES AND TECHNOLOGIES

横浜市 国際局 国際協力部 国際協力課

Y-PORT CENTER
Yokohama Urban Smart Growth Institute

1

City of Yokohama



Population: **3.7 million**
(Largest municipality)

City GDP : **JPY 12.7 trillion**
(US\$100 billion)

- ◆ Rapid growth and urbanization
- ◆ International Port City since 1853

Tokyo
Yokohama

OPEN YOKOHAMA

2

横浜市の国際交流・技術交流



海外からの研修員受入・海外への専門家派遣

姉妹友好都市

- サンディエゴ市 (アメリカ)
- リヨン市 (フランス)
- ムンバイ市 (インド)
- マニラ市 (フィリピン)
- オデッサ市 (ウクライナ)
- バンクーバー市 (カナダ)
- 上海市 (友好都市) (中国)
- コンスタンツァ市 (ルーマニア)

パートナー都市

- 北京市 (中国)
- 台北市 (台湾)
- 釜山広域市 (韓国)
- ホーチミン市 (ベトナム)
- ハノイ市 (ベトナム)
- 仁川広域市 (韓国)
- フランクフルト市 (ドイツ)

7

横浜市水道局の国際貢献の主なあゆみ

約40年間の国際貢献の実績

- ・ 1973年 アフガニスタンへの職員派遣
- ・ 1987年 水道創設100周年を記念し、海外研修員受入事業を開始
- ・ 1999年 CITYNET (アジア太平洋都市間協力ネットワーク) と連携
- ・ 2002年 JICA (国際協力機構) 横浜国際センター開設以来の連携

海外研修員の水道局への受入実績

129か国、2,947人の研修生を受入 (2015年3月末現在)

※ H27. 7月に3,000人を突破

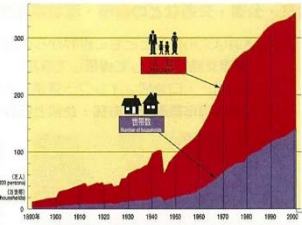
海外への水道局職員派遣実績

31か国に289人を派遣 (2015年3月末現在)

8

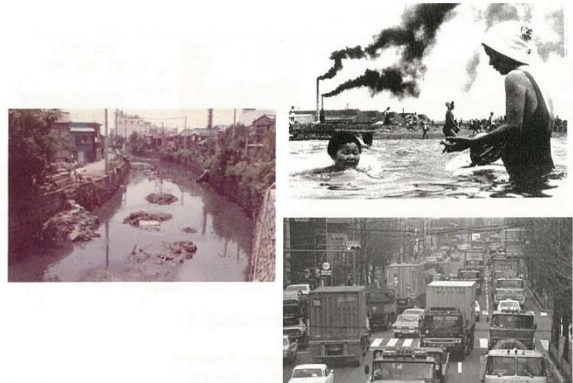
人口急増に伴う都市問題の発生

1960年から1980年の20年間で倍増 (137万人→277万人)



- ① 住宅問題、乱開発 (スプロール・緑の激減)
- ② 社会資本整備の遅れ (学校、道路、下水道)
- ③ 環境問題の発生 (都市廃棄物、住工混在)

7



Y-PORT CENTER
Yokohama Urban Smart Growth Institute

8

市民・企業の力、価値の共有

Y-PORT事業(Yokohama Partnership of Resources and Technologies)



公民連携に基づいた企業の海外ビジネス展開支援

横浜市は平成23年1月より市内のハブ組織として政策局国際技術協力課(現:国際局国際協力課)を立ち上げ、公民連携による海外ビジネス展開支援を進めている。

その背景として、

- 市内には新興国などの都市課題を解決できる技術を持ち、海外への進出意欲の高い企業が多い。一方、その支援を行う行政側の窓口がなかった。
- 本市には、これまでの都市化の過程で生じた環境問題を解決する過程で様々な知見・ノウハウが蓄積されており、海外からその活用を強く望まれている。
- 企業との連携、市民との幅広い活動など、自治体ならではの取組を行ってきた多くの実績を持つ。
- 横浜市は、半世紀に及び諸外国との都市間交流を推進してきており、特にアジアの都市間ネットワーク(CityNET)を25年間主導するなど、国内外から高い評価を得ている。

Y-PORT CENTER
Yokohama Urban Smart Solutions

Y-PORT事業の特色

- 都市間連携を主体とした事業の遂行。
セクター別でなく、一体的な面的整備をめざす
- 地方自治体としての総合力を発揮するための仕掛け。
- 幅広いメニューでの取り組み。
技術協力と都市プロモーションの組み合わせ
- 企業との対話の重視。
(共創Y-PORTワーキング、企業連携、Y-PORTフロント)
- 外部組織(国、援助機関、国際機関)との連携の重視。
JICA、JBIC、ADB、世銀などの連携

Y-PORT CENTER
Yokohama Urban Smart Solutions

横浜の都市経営のノウハウ・知見

かつて横浜は、年最大10万人もの人口急増や、ごみ・公害・交通渋滞などの都市課題に直面していたが、環境改善に向けた高い意識を有する市民や企業等と手を携えて乗り越えてきた歴史がある。

このような都市課題解決の経験・ノウハウは、現在、新興国諸都市が直面している課題の解決に活用することが可能。

約150年前の開港以降、我が国をリードする国際都市として発展してきた横浜にとって、これらの経験・ノウハウを海外の都市に向けて提供することは重要。



横浜市の都市開発を牽引した6大事業



横浜が有する様々な都市インフラ(ハード)



●高度な機能と先進的環境づくりにチャレンジする街 (みなとみらい21)

都市開発

○自然と調和した環境にやさしい街

大規模な緑地・公園の整備
新緑のオープンスペース
水と緑のオープンスペース
水と緑のオープンスペース
水と緑のオープンスペース

○歴史・文化・芸術が融合する街

歴史のまちの歴史
歴史と芸術が融合したまち
歴史と芸術が融合したまち
歴史と芸術が融合したまち
歴史と芸術が融合したまち

Y-PORT CENTER

●源流から海までのトータル的な水環境(上下水道等)

水環境

○水源の保全(水道)

「赤道を越えても腐らない」横浜の水をつくり出すため、源流の道志村で水源かん養の保全を進めています。

○安全でおいしい水の安定供給(水道)

浄水場

都市の健全な水循環

○海域生物による自然浄化

貴重な水資源である「下水再生水」を都市に供給しています。

○安全でおいしい水の安定供給(水道)

浄水場

Y-PORT CENTER

●市民協働によるごみの減量、都市資源の有効利用 (ごみ処理、下水道)

ごみ・資源

○資源とエネルギーの有効利用

(下水道とごみ処理事業)
下水処理場・汚泥処理場から発生する処理水、消化ガスは、再生水やガス発電の燃料として利用するほか、ごみ焼却工場と連携して燃料の有効活用を図り、省資源・コスト削減を進めています。

○下水道汚泥資源の有効利用

建設発生土に下水道汚泥焼却灰を混合し、地盤対策としても効果のある建築土として公共・公益事業を始め民間事業にも利用するほか、セメントの原料として、焼却灰を活用しています。

下水処理センターとごみ焼却工場の取り組み

Y-PORT CENTER

●低炭素でクリーンなまちづくり(スマートシティPJ)

温暖化対策

○スマートハウス・ビルや次世代自動車を導入し、これらを連携するエネルギー・マネジメントシステム

5年後の姿(イメージ)

6つの取組み

- 再生可能エネルギーの大規模導入
- スマートハウス・ビルの導入
- 大規模NWと相互補完する電力・熱等の地域エネルギー連携制御
- 次世代交通システムの普及
- 可視化等によるライフスタイル革新
- 企業連合組織の設置による推進体制強化

Y-PORT CENTER

市民との協働による積極的な環境政策(ソフト)

●G30からヨコハマ3R夢プランへ

- 市民・事業者・行政が更なる協働のもと、3Rを推進するとともに、なお残るごみを適正に処理する
- ごみの減量・リサイクルを進めるための住民説明会を1万回以上実施(継続中)。

●横浜G30プラン(2003年1月)

「分別・リサイクル」による「ごみ減量」

●ヨコハマ3R夢プラン(2011年1月)

「分別・リサイクル」はもちろんのこと、以下を目指します。

- ごみとなるものを減らす「リデュース」(発生抑制)
- ごみ減量による「CO₂削減」
- ごみ処理の安心と安全・安定を追求

年度	開催回数
H13	178
H14	173
H15	170
H16	152
H17	142
H18	140
H19	138
H20	130
H21	128
H22	126
H23	128

Y-PORT CENTER

環境に配慮した横浜の都市づくり

●Eco²cities(世界銀行)

横浜は日本で唯一、世界で選ばれたベストプラクティスシティ(6都市)

THE WORLD BANK
Eco²Cities

Eco²シティーズプロジェクトとは、世界銀行が進めるプロジェクトで、環境と経済を両立させた都市開発を海外に展開するもの。

横浜は、G30などの環境に対する取組が評価され、グローバル・ベスト・プラクティス・シティとして日本で唯一紹介された。

●横浜市が「スマートシティ・アワード」シティ部門を受賞

「Smart City Expo World Congress 2011」(2011/11/30)

スマートシティ関連の国際会議「Smart City Expo World Congress 2011」で、世界106の取組の中から、環境からEMS(エネルギー・マネジメント・システム)まで全方位で多岐に取り組む横浜市が選ばれた。

●横浜市が「リー・クアンユー世界都市賞2014」特別賞を受賞

日本の自治体では、横浜市が初めて受賞

横浜市の過去40年間にわたる、みなとみらい21事業における民間との連携や、ごみの削減に向けた住民との協力、Y-PORT事業を通じた市内企業との連携など、市民・企業の皆様との優れたパートナーシップにより都市課題を解決してきたことが認められ、「住みやすく活気があり、持続可能な都市創造に貢献した都市」に贈られる「リー・クアンユー世界都市賞2014」(主催:シンガポール共和国都市再開発庁ほか)において「特別賞」を受賞。

特別賞 賞状写真

Y-PORT CENTER

「環境未来都市」構想による活力あるまちづくりと国内外への展開

平成22年6月に閣議決定された「新成長戦略」において
21の国家戦略プロジェクトの一つに位置付けられた施策

- 日本政府が特定の都市・地域を環境未来都市として選定し、
そこで環境や超高齢化等の課題に対して優れた解決モデルを提示
- 日本政府は環境未来都市に対して、関連予算の集中などの支援

「日本再生戦略」（平成24年7月31日閣議決定）においても
重点施策に位置付け

横浜市など11都市が「環境未来都市」に選定
(2011年12月)

- ※環境未来都市（計11件）
- 被災地域以外（5件） 下川町、柏市、横浜市、富山市、北九州市
（大船渡市・陸前高田市・住田町）、釜石市、
 - 被災地域（6件） 岩沼市、東松島市、南相馬市、新地町



21

新興国で急速に進む都市・環境インフラ開発 (1)

新興国等では急速な経済成長や都市部の人口増加により
環境が悪化

→ 同様の都市課題を解決した「横浜」に対する期待は大きい



22

新興国で急速に進む都市・環境インフラ開発 (2)

都市づくりなどのインフラ需要が急速に増大

→ 日本企業にとって大きなビジネスチャンス

海外インフラの整備を通じた企業の海外展開を推進

→ 日本の経済活性化に結びつける



23

新たな国際貢献の推進 (Y-PORT)

Y-PORTが目指す新興国の都市づくり支援

スマート・シティ(機能的、低炭素、住みやすい、...)をつくるための

➢ 都市全体を俯瞰し、都市経営の視点からの面的な開発へのアプローチ

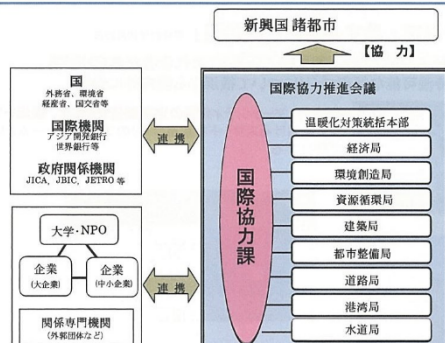
(個々のインフラでなく、上流段階からの参画・支援)

➢ 市民参加、条例制定等を含めた「仕組み・制度づくり」との一体的なアプローチ



24

ハブ組織としての国際局国際協力課



25

Y-PORTの取組① 横浜のシティプロモーション

公民連携で横浜の都市づくりノウハウを
海外に発信

➢ 海外におけるセミナー等でのPR
➢ 本市の都市インフラ施設への視察等受入

「日中核拠点開発セミナー」への参加（平成23年1月）
日本政府・タミルナドゥ州政府間
協議への参加



26

Y-PORTの取組① 横浜のシティプロモーション

「第4回アジア・スマートシティ会議」 平成27年10月25日

横浜市主催によりアジア新興国21都市からの代表者が集まり開催
アジアの持続可能な都市づくりについて横浜から国内外に発信



アジアスマートシティ会議の定期開催を通じて、横浜をアジアにおけるスマートな都市づくりのプラットフォームとして確立する



Y-PORT CENTER
Yokohama Urban Smart Solution

Y-PORTの取組② 企業の海外展開支援

「横浜デイ in Smart City Week 2014」
横浜のまちづくりの経験と企業の優れた技術との連携による海外展開
平成26年10月29日 パシフィコ横浜
約500名の参加者 50団体の出展ブース
(うち海外からの参加者約100名)



Y-PORT CENTER
Yokohama Urban Smart Solution

Y-PORTの取組② 企業の海外展開支援

『共創Y-PORTワーキング』(年3～4回開催)

- 民間企業など関係者と企業との膝を交えた対話を実施。
- 公民対話から生まれる連携によって、海外展開のビジネスモデルを検討。

対話から生まれる
海外展開に向けた新たな連携



Y-PORT CENTER
Yokohama Urban Smart Solution

Y-PORTの取組③ 関係機関との連携



Y-PORT CENTER
Yokohama Urban Smart Solution

Y-PORTの取組③ 海外都市との連携



Y-PORT CENTER
Yokohama Urban Smart Solution

Y-PORTの取組③ 企業との連携

市内中小企業との連携・協力の推進を明記



Y-PORT CENTER
Yokohama Urban Smart Solution

Y-PORTの取組③ 都市づくりアドバイザー

横浜市とJICAとの連携協定の締結 (平成23年10月25日)

➢ これまでの双方の連携をさらに充実するとともに、Y-PORT事業などの新たな取組を進展するための協定
※JICAにとって、初の地方自治体との包括連携協定



■連携協力の概要

- (1) 技術研修員の受入れ、専門家派遣、草の根技術協力事業の実施等の技術協力
- (2) **都市課題の解決に向けた公民連携の推進**
- (3) JICAのボランティア事業への横浜市民の参加
- (4) 横浜市内の学校等における国際理解教育
- (5) 国際協力に関連する国際会議、イベント等の開催
- (6) 双方の職員等の人材育成 他

33 Y-PORT CENTER

Y-PORTの取組③ 都市づくりアドバイザー

公民連携事業の形成に向けた活動

(A)都市間の協力関係をベースにした活動

国際機関等との連携による
海外都市への調査等

横浜市と海外都市の
協力関係の構築

横浜市と企業による合同調査

国や国際機関等の民間提案型FS調査制度活用への展開

(B)企業からの提案に基づく活動

「Y-PORTフロント」への横浜市
との連携に関する相談・提案

横浜市との連携に関する対話

公民連携事業の形成に向けた相手都市や企業との継続的な対話

※横浜市は、相手都市や企業へのアドバイザーとして活動します。

34 JRT CENTER

Y-PORTの取組③

(A) 都市間の協力関係をベースにした活動 (セブ市の事例)



フィリピン共和国 ← 国家間の協力関係 → 日本国

JICA

連携

都市の協力関係構築

フィリピン共和国セブ市との都市づくりに関する技術協力 (H24年3月28日)

横浜市とJICAとの連携協定の締結 (H23年10月25日)

セブ市の現地企業など

企業・学術機関の関係

横浜市内を中心とする企業・学術機関など

公民連携でセブ市の都市発展を支援
都市課題解決に向けた公民連携によるコミュニケーションのスタート

35 Y-PORT CENTER

Y-PORTの取組③ 都市づくりアドバイザー

(A) 都市間の協力関係をベースにした活動 (セブ市の事例)

◆都市づくりに関する技術協力について
覚書を締結 (平成24年3月28日)

➢ セブ市の都市課題を解決するため、「持続可能な都市の発展に向けた技術協力に関する覚書」を締結。



■協定内容

- (1) 横浜市は、セブ市のエコシティ開発の推進における技術的な助言を行う。
- (2) 両市は、**民間及び学術機関の参加を働きかける。**
- (3) 両市は、両国政府及び国際機関等の協力を得るための活動を行う。
- (4) 両市は、上記の連携を効果的に行ううえで不可欠となる情報を相互に提供する。

36 Y-PORT CENTER

Y-PORTの取組③

(A) 都市間の協力関係をベースにした活動 (セブ市の事例)

セブ市の現状を横浜市と企業が合同で調査することで、様々な視点からニーズを把握するとともに、多層間のネットワークを形成する。

1. 期間: 平成24年7月29日(日)～8月2日(木)
2. **企業20社・32名**が参加
3. セブ市長等のキーパーソンとの意見交換や、商工会議所等の現地大手企業等とのビジネスマッチング



37 Y-PORT

Y-PORTの取組③

セブ市での事業形成に向けた進め方

➢ 一からデータを積み上げる従来のマスタープランの調査手法ではなく、目指す都市のビジョンを議論した上で、その実現に必要な事業を提案するアプローチをセブ市のステークホルダーとともにワークショップ形式で実施。 MEGA Cebu Vision 2050

➢ 現在JICAとともに、基幹インフラのロードマップ策定支援調査を実施中

➢ それとともに、即効性のある案計形成も既存のJICAの民間連携のスキームなどを活用して、同時に進める。

◆長期的戦略

- ・将来像の明確化
- ・フラッグシッププロジェクトの立案

◆短期的戦略

- ・喫緊に解決すべき課題を抽出し、対応策を策定



38 JICA調査Workshop (2013年1月)

- 企業合同調書間の流通を通じた、相手都市の行政機関や企業のトップとの直接的なマッチング、相手都市のニーズの確かな掘り出し
- セブ都市間の都市インフラニーズの情報提供
- 国、援助機関から提供される海外展開支援策の情報提供
- ビジネスパートナー探しのお手伝い
- セブ側当局者との接点の確保
- 事業形成に向けた、都市インフラを維持・管理する自治体としての実践的なノウハウの提供その他、相手国、対象都市からの情報の提供



MCD CB Full Board Meeting
(2013年3月20日)

Y-PORT CENTER

39

- インフラ・環境関連の中小企業に対して、ODA支援に関し知見を有するコンサルタントを紹介
- 現地での実際のデモンストレーションによるインパクト(実証を通じて企業の製品・技術の実際のパフォーマンスへの評価・信頼を得ることで、当該事業を他の地域・事業者に横展開)
- 十分な時間・マンパワーをかけた事業展開策の交渉
- 行政から支援による情報収集、現地での交流の強化



セブ市における汚泥脱水装置のデモンストレーション

Y-PORT CENTER

40

セブ市におけるJICA「中小企業海外展開支援事業～普及・実証事業～」 (平成25年度着手事業、事業期間：2年間)			
中小企業	萬進サイクリシステムズ株式会社	アムコム株式会社	日昌鋼材株式会社(山崎市)
コンサル	カーボンリーコンサルティング株式会社	株式会社エウガス都市研究所	環境ウェラーズ株式会社
概要	環境・エネルギー・商業物流	水の浄化・水処理	水の浄化・水処理
事業名	セブ市資源循環推進事業創出に関する普及・実証事業	セブ市汚染地質の治水装置の普及・実証事業	移動式浄化槽水質装置及び通気池再生システムの普及・実証事業
事業経緯	セブ市所管の産業廃棄物処分場(シーヤン衛生埋立地)内に中間処理施設を新たに設置して、炭化スチック原料材のためのサイクリシステムにセブ市環境局の定めるサイクリシステム2の事業性を実証する。 セブ市は、自らの産業廃棄物処理問題とっており、持続的な発展を遂げ、その推進に高い期待が寄せられている。	セブ市の多くの家庭では水利用浄化槽を設けているが、その利用の多さは適切な処理が施されて放棄されている。そこで、同社で独自開発した治水装置を製造して、し尿処理の排水処理能力を高め、汚染の適切な管理・処理とできる体制作りを支援する。 セブ市における普及活動が、フィリピン中央政府から高い評価につながっている。	セブ市が「等」等を含んでいる原水(ダムと)が地下水中に存在する汚染物質に閉じ、汚染物質をシステムと移動式浄化槽水質装置の両方を用いて処理する。 平成25年12月に被汚染者数1,000人を超える大規模な汚染事故が発生。同社がセブ市と共同で水質試験を行い、資源再生設備(500リットル)を設置し、被汚染者を供給したことで高い評価を受けている。
現場写真	 セブ市所管産業立地に建設された炭化スチックサイクリシステム(H27.1)  大規模な汚染事故  セブ市汚染地質(セブ市本部)において川の汚染に隣接する水質改善支援事業(H25.12)		

41

The collage illustrates the waste management process at the Bontol Landfill. The top-left photo shows a large pile of waste with a person standing nearby. The top-right photo shows two men in green shirts, one with 'EDDIE' on the back. The bottom-left photo shows a warehouse with large white bags of waste. The bottom-right photo shows workers sorting waste on a conveyor belt.

42

43

Figure 1 illustrates the water supply system in a village. The system involves drawing water from a well using a hand pump, storing it in a large blue tank, and then distributing it to various points in the village. The panels show the physical infrastructure and the people using the system.

44

Y-PORTの取組③

(A) 都市間の協力関係をベースにした活動（ダナン市の事例）

- ◆都市づくりに関する技術協力について覚書を締結（平成25年4月9日）
- ◆企業との現地合同調査を実施

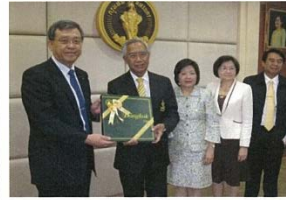
1. 期間：平成25年4月7日（日）～4月11日（木）
2. 企業22社・30名が参加
3. ・JICA・日本大使館陪席の元、ダナン市との覚書締結式を実施
・ダナン市政府幹部・実務者との協議、現地調査、ビジネスマッチングを実施



45

Y-PORTの取組③

タイ王国バンコク都との連携（2013.10.21覚書締結）



- ◆エネルギー・マネジメント、公共交通、廃棄物管理及び下水管理等の分野における技術的な助言
- ◆低炭素社会の推進に係る知識・経験を持つ民間セクター、学術機関、地域コミュニティの参加働きかけ

46

Y-PORTの取組③ 都市づくりアドバイザー

アジア開発銀行との連携（2013.10.16覚書締結）



- ◆人材開発における知識の交換および活動面での支援
- ◆都市の優良事例の共有など知識ネットワーク
- ◆都市開発及び都市運営に関するイベント等へのADB及び横浜の専門家の参加
- ◆ADBの都市開発業務に対する横浜からの知識技術の提供

47

Y-PORTの取組③

横浜市及びIGESとの連携協定の締結（平成27年3月3日）

- Y-PORTセンターの活動を通じて新興国における環境と経済が調和した持続可能な社会の実現と低炭素社会の構築に取り組む。



■連携内容

- (1) 新興国における持続可能な発展、低炭素社会実現のための共同事業の実施
- (2) 横浜市及び市内企業などが有する都市づくりに関する技術やノウハウの活用
- (3) コンベンション、展示会、学術セミナーなどの共催
- (4) 人材交流の推進
- (5) ネットワーク活動の推進 他

48

Y-PORTの取組③

(B) 企業からの提案に基づく活動

【H24～26年度実績】※H27年4月現在 下線部：市内企業

企業名	取組事業名	対象国
株式会社スズキ	工業団地でのサーマルサイクル事業調査	ベトナム
株式会社エヌエス	発電化地域最低所得者向けコネクター等販売・普及事業調査	バングラデシュ
株式会社シーエーシー・グリーンアジアエンジニアリング株式会社	食物連鎖促進及び低炭素環境生物多様性促進資材（バイオ）を活用したエコ建築事業の再立案化調査	フィリピン
株式会社オースム	ベトナム国境検定所を用いた省エネ診断技術の普及・省エネ効果実証事業	ベトナム
水道テクノロジーサービス株式会社	自動漏水検知器を用いた漏水検知システムの普及・実証事業	インド
株式会社ファインテック	糸利用バイオマス等の再生資源化による省エネ化に関する調査	タイ
企業名	取組事業名	対象国
株式会社システムズ株式会社、カーボン・ソリューションズ株式会社	セブ市資源循環推進事業創出に関する普及・実証事業	フィリピン
アムコン株式会社	セブ市浄化槽汚泥の脱水装置の普及・実証事業	フィリピン
株式会社オースム	貿易測定法を用いた省エネ診断・対策提案事業及び環境教育推進の案件化調査	ベトナム
水道テクノロジーサービス株式会社	上水道漏水検知サービスの案件化調査	インド
株式会社グッドマン、横浜ウォーター株式会社	灌漑管（PVC管）に特化した漏水検知装置を使用した漏水削減対策の実証及び漏水調査計画書・点検更新計画書作成・配水管網維持管理事業	インドネシア
日本環境株式会社（川崎市）、横浜ウォーター株式会社	移動式砂ろ過浄水装置及びろ過更新システムの普及・実証事業	フィリピン
企業名	取組事業名	対象国
株式会社システムズ株式会社、カーボン・ソリューションズ株式会社	資源循環推進事業創出に関する調査	フィリピン
太陽エネルギーソリューションズ株式会社	新興国および太平洋の島国における「ソーラーハイブリッドシステム」（ディーゼル発電と太陽光発電のミックスによる発電システム）の普及に関する調査	フィリピン、インドネシア
アムコン株式会社	浄化槽汚泥の脱水装置の普及事業	フィリピン

Y-PORTの取組③ 都市づくりアドバイザー

(B) 企業からの提案に基づく活動

国際技術協力に関する相談・提案窓口

Y-PORT 検索

「Y-PORTフロント」の設置



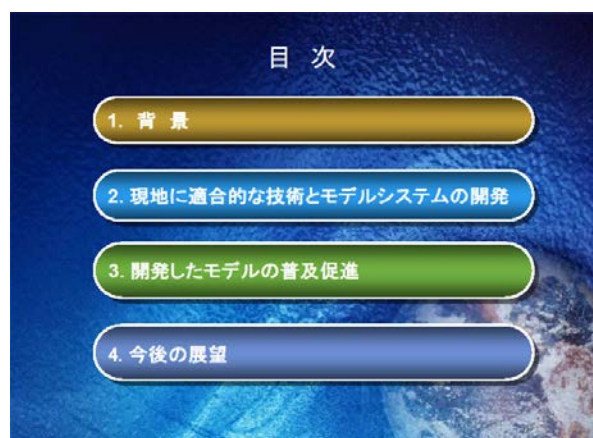
URL:
<http://www.city.yokohama.lg.jp/kokusai/yport/yportfront.html>

50



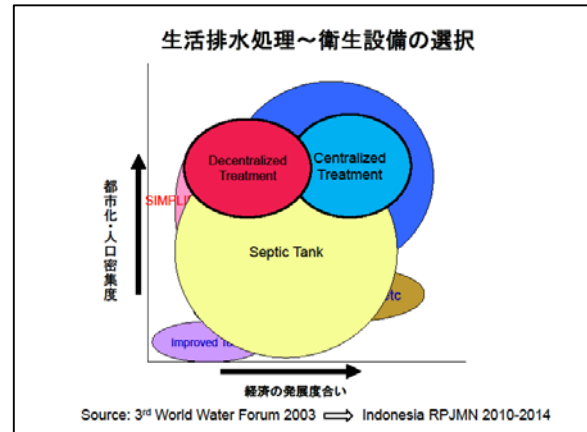
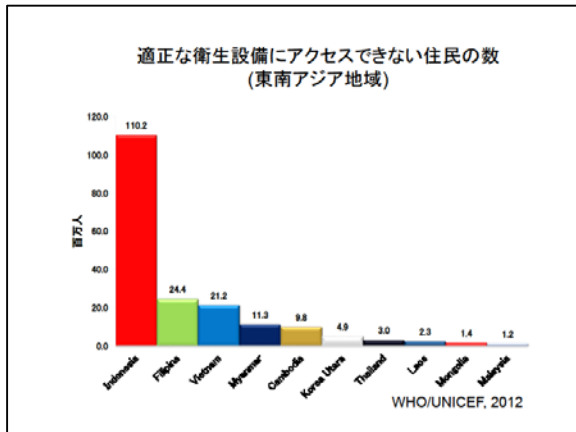
2. アジア地域に適したコミュニティ排水処理システムの開発と普及

特定非営利活動法人 APEX 代表 田中 直



インドネシアの水質汚濁と衛生環境

- 下水道に接続している家:17万軒(2012年、AUSAID,2013)、約4200万人がオープン・トイレット(Riskesdas, 2010)
- 都市部ではセプティック・タンク(腐敗槽、主にトイレ排水を処理)が普及しているが、処理水の水質は不良で、地下水汚染をもたらしている。また、セプティック・タンクは整備・保守が悪く、スラッジも河川に直接投棄されている場合が多い。生活雑排水は多くが未処理放出。
- 2008年の調査では、インドネシアの主要河川の37地点(33河川)のうち、19地点が重度の汚染、9地点が中程度から重度の汚染、5地点が中程度の汚染を受けている(KNLH,2008)
- 衛生環境が不良であることによる経済損失:63億ドル/年(2006年、1億2千万件/年疾病、50,000人/年の乳幼児死亡、水質汚濁による水処理費用増大、水産業被害等、WSP/World Bank, 2008)



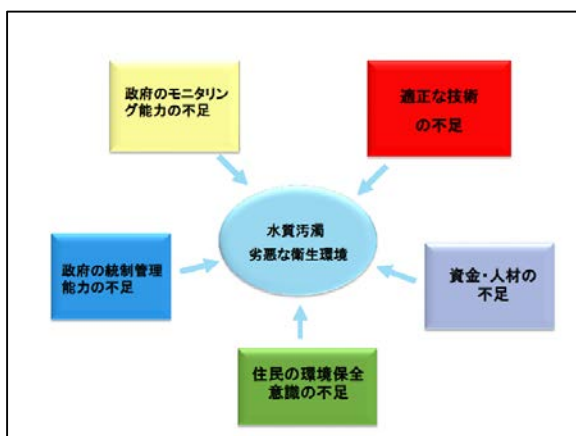
既存のコミュニティ衛生改善策とその問題点

A MCK(Mandi, Cuci, Kakus)
[トイレ、水浴び場、洗濯場の複合施設]

→家の外にある不便さ
→各戸の生活雑排水未処理放出

B 嫌気性の集合処理

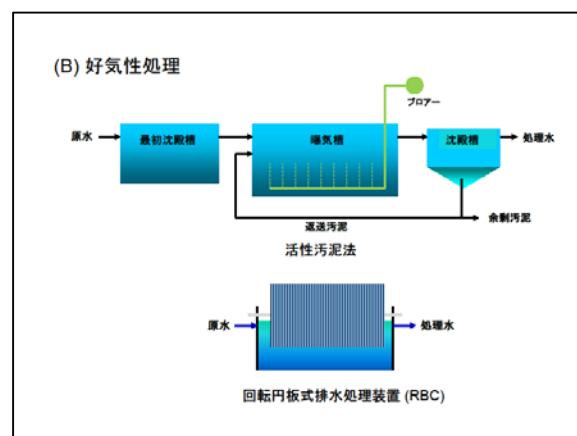
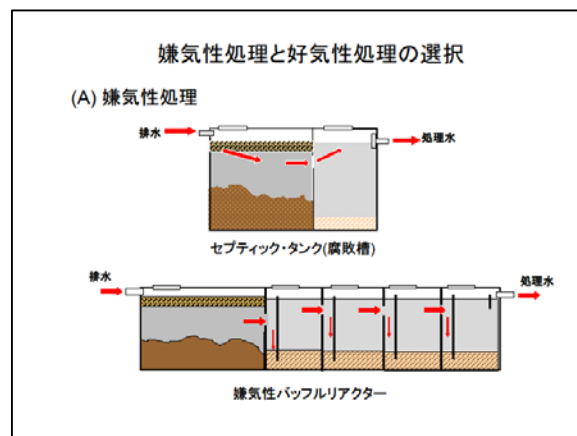
→処理水質不十分
→場所をとる



- 適正な技術の条件
1. 安価(設置費用、運転管理費)
 2. 運転・保守が容易
 3. 電力消費が小さい
 4. 省スペース
 5. 処理水質が良好

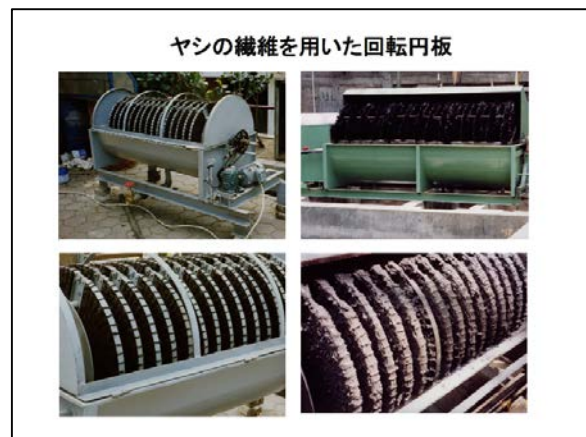
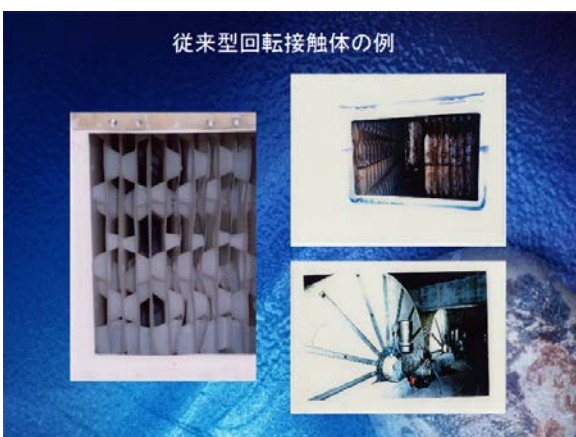
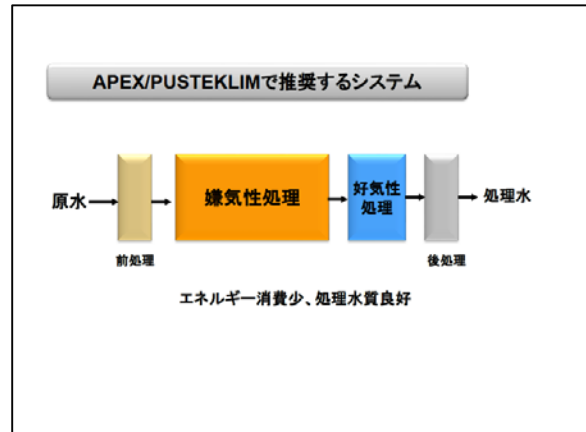
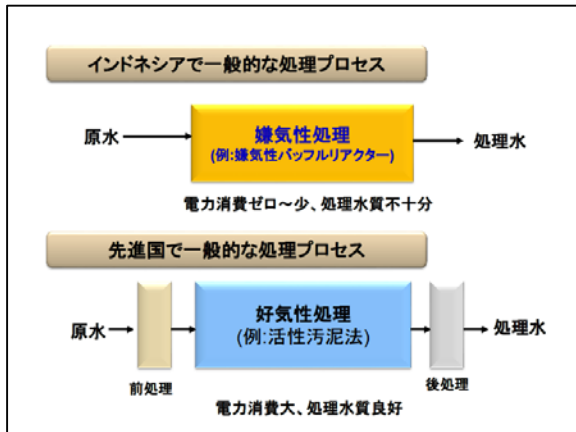


これまでの排水処理関連事業		
テーマ	助成・委託先	期間
アジア地域に適した回転円板式排水処理設備の開発	外務省NGO事業補助金	1995年4月～1998年3月
アジアのNGOによる適正な排水処理技術に関する国際会議・ワークショップの開催	環境事業団 地球環境基金	1998年4月～1999年3月
アジア地域に適性のある小規模排水処理プラントの開発と普及促進事業	環境事業団 地球環境基金	1999年4月～2000年3月
排水処理適正技術センターの創設と運営計画	JICA開発パートナー事業	2001年10月～2004年9月
ジョクジャカルタ特別州住宅密集地域における住民参加型コミュニティ排水処理モデルシステムの形成	JICA草の根技術協力事業	2006年4月～2008年11月
インドネシアの都市部住宅密集地域における住民参加型コミュニティ排水処理システム普及促進事業	JICA草の根技術協力事業	2011年10月～2015年9月

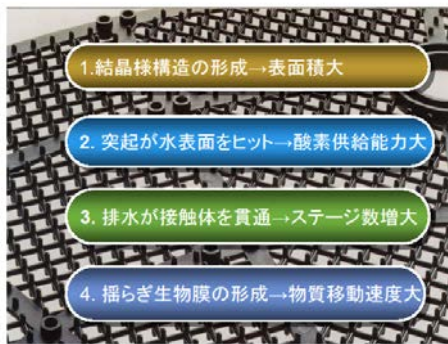


嫌気性処理と好気性処理の比較

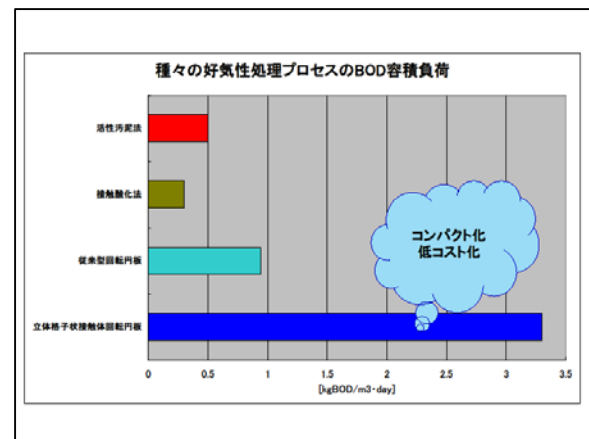
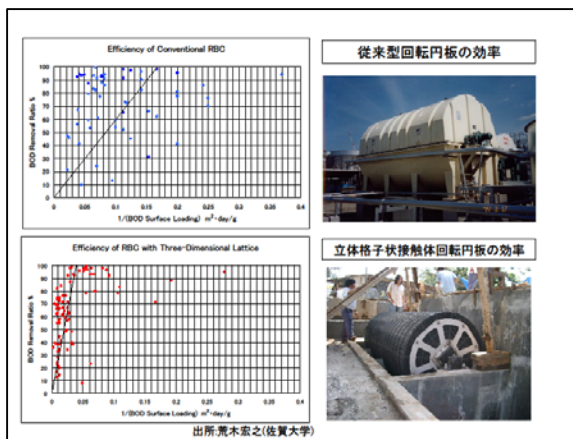
項目	嫌気性処理	好気性処理
エネルギー消費	小	大
余剰汚泥	小	大
処理水質	限定的	良好
有機物負荷	中～大	小～中
スタートアップ	遅い	早い
その他	メタンガス生成 熱帯性気候に適する	—



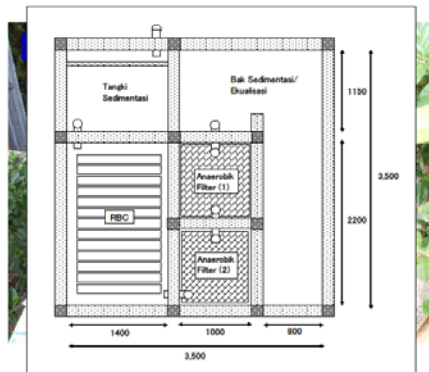
立体格子状接触体



立体格子状接触体回転円板



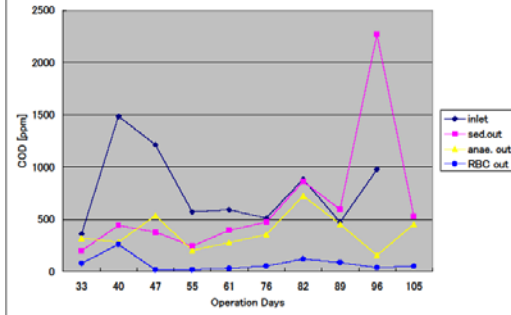
クリチャック地区の排水処理設備レイアウト



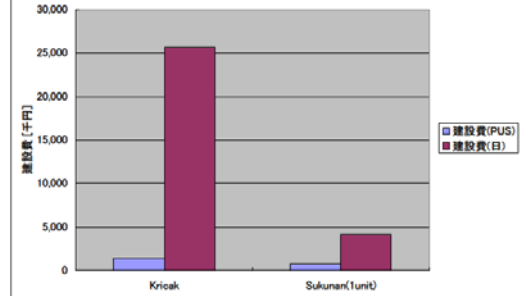
クリチャック地区のコミュニティ排水処理設備



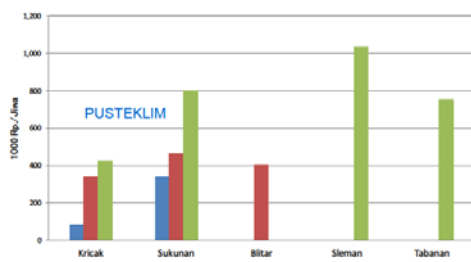
CODのトレンド(クリチャック地区)



排水処理施設建設費の比較



インドネシアにおける他のプラント(嫌気性処理)の建設費との比較

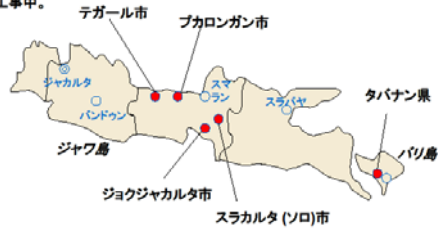


3. 開発したモデルの普及促進



2)モデルシステムの設置

普及拠点都市(下図の●)のうち、テガール市、ブカロンガン市、ジョクジャカルタ市、タバナン県の各都市域に計7式のモデルシステムを設置済。他に2式工事中。



普及拠点都市の地方政府との会合



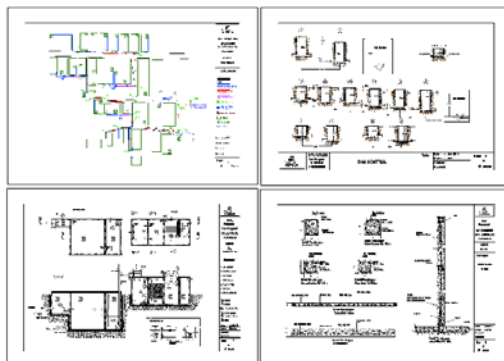
候補地の調査



住民との会合



設計



建設



住民への運転管理研修

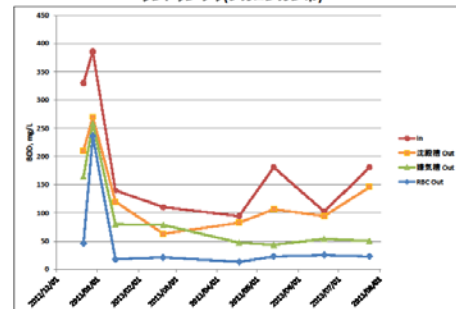


システムの完成



モニタリング結果(BOD推移)

ランドゥンサリ(ブカロンガン市)



ワークショップによるシステムの紹介



排水処理適正技術研修の実施



2006年以降計10回 463名参加



ニュースレターの発行
計14号、各700-750部

排水処理適正技術
マニュアルの発行
インドネシア語、1000部

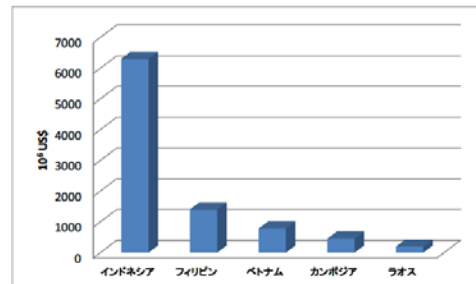
コミュニティ排水処理技術に関するセミナーの開催



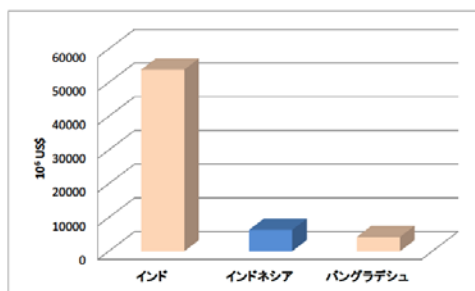
2006年以降6回開催 計408名参加

4. 今後の課題と展望

衛生不良による経済損失(1)



衛生不良による経済損失(2)



まとめ

○インドネシアでは、小規模分散型のコミュニティベースの衛生改善策が重要性を増し、急速に進められようとしている。しかし、ほとんどの場合、MCK(水浴び場、洗濯場、トイレの複合施設)か、場所をとり、処理水質の不十分な嫌気性処理のみの集合処理が行われている。

○APEXでは、JICA、現地NGO、日本企業などさまざまなセクターと横断的に協力しつつ、嫌気性処理と好気性処理の組み合わせ、及び高効率の立体格子状接触体回転円板式排水処理装置の開発により、安価で場所をとらず運転管理が容易でありながら、処理水質の高い、コミュニティ排水処理システムを開発し、その普及をはかってきた。

○同様のシステムは、他のアジア地域でも膨大な需要があると考えられ、今後はインドネシアに限らず、広域的な普及に取り組んでいきたい。

3. パルマス銀行 — ブラジル初のコミュニティ銀行

国際貿易投資研究所 研究主幹 大木 博巳

1. パルマス銀行(バンコ・パルマス) (<http://www.bancopalmas.org.br/>)

1997年にASMOCONP(パルメイラス地区住民協会)が行った住民消費傾向調査により、住民3万人(2011年2月現在:3万2,000人)の消費活動の80%が地域外で行われていたことが明らかとなった。これを受け、マイクロクレジットと地域通貨の導入を決定、地域内での消費の促進、所得の底上げ、雇用の創出を目指す。



(筆者撮影)

2. パルマス銀行の概要

1998年にコミュニティ・バンクとし創設、地域通貨(ソーシャルマネー)を発行

地域通貨を発行して地域経済(パルマス地域、住人約3万人)の発展に貢献:マイクロファイナンス、地域通貨パルマスを発券

1. パルマス・ショップ(Palmas Shop)
2. パルマス銀行の研修所
3. 音楽スタジオ
4. パルマス銀行(Banco Palmas)
5. パルマ・テック(Palmatec)
6. パルマ・ファッション(Palma Fashion)
7. パルマス・インスティテュート(Instituto Palmas)
8. パルマ・リンピ(Palma Limpe)

3. セアラ州フォルタレザ・パルメイラス地区



(筆者撮影)

セアラ州フォルタレザ: BOP層の人口比率が最も高い

パルメイラス地区
海岸から20キロメートル内陸に位置し、国内外からリゾート目当ての観光客が集まる海岸地区とは大きく異なり、スラム街が自治体となった場所。観光業だけではなく、農業・工業などの生産活動からも取り残された内陸の孤島。

4. パルメイラス地区住民協会(ASMOCONP)



1970年代に、政府がフォルタレザ市沿岸部の再開発戦略を法律で定めたため、その地域の漁師や住民たちが内陸部に追いやられた。

1973年: 3万人を超える住民が集まり、フォルタレザ郊外に「パルメイラ地区(Conjunto Palmeira)」を設立。同地区は水道、道路、電気等の基礎的なインフラが欠如していた。

1981年: 住民がインフラを含めたコミュニティの改善を図るために、「パルメイラ地区住民協会(ASMOCONP: Associação dos Moradores do Conjunto Palmeira / the Association of Residents of Conjunto Palmeira)」を創設。



スラム街だった70年代のパルメイラ地区 出所: パルマス銀行

「インフラ整備などが進んだにもかかわらず、私たちはなぜ貧しいままなのか?」

5. ジョアキン・メロ 何のために社会的通貨を創るのか



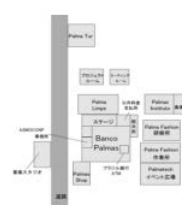
ジョアキン・デ・メロ・ネト氏
(筆者撮影)

「パルマス銀行が設立される以前の1997年には、地区内で買い物をする人が20%、地区外で買い物をする人が80%であった。そこで、社会的通貨を用いて、地区内で買い物をする人を増やそうとした。」

地産地消を促進した結果として、2009年には地区内で買い物をする人は93%に増大した。さらに、収入の割合の変化を見ると、10年間の間に、低所得層が減少し、中所得層が増加した。こうして、地産地消を進めたことにより地域経済は発展した。」

出所: 西部等「ブラジル・パルマス銀行調査報告書」(北海道大学)

6. パルマス銀行事務所



パルマス銀行敷地内の地図

出所: 西部等「ブラジル・パルマス銀行調査報告書」(北海道大学)



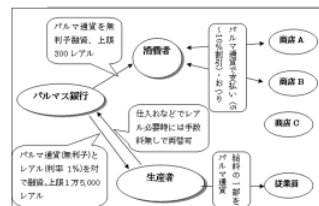
パルマス銀行は、連邦貯蓄銀行(カイシャ・エコノミカ)やブラジル銀行の窓口代行を行っている。(筆者撮影)

7. 地域通貨の発行:1パルマス=1リアル



当初は、単純な紙幣を発行していたが、偽札対策のための技術を施した。

8. マイクロクレジットとパルマ通貨の流通と仕組み



融資形態は、生産者向けと消費者向けの2種類。
前者は上限1万5,000リアル(約9,036ドル)の無担保で、利子は額に比例して1.5~3%となる。
消費者向け融資は上限が800リアル(約482ドル)、地域内の貨幣流通の刺激が目的であるため、全額パルマ通貨で行われ無担保無利子となっている。

パルマス銀行の融資審査: 銀行の融資担当者が、融資を必要とする人の隣の家に行き、「隣の人がお金を借りたがっているが、あなたなら彼/彼女にお金を貸しますか」という質問を行う。「貸します」という回答が得られれば、銀行から融資が行われる。融資するにあたり、担保や連帯保証人などは必要ない。

9. 普及状況



- ・融資総額: 366万0991.97リアル(約1億8200万円)
- ・生産ローン融資案件数: 4479件
- ・消費ローン: 230件、4万パルマ(約199万円)が流通(2012年時点)

2009年時点で、パルマ通貨を取り扱う店舗は240で、地区内にある店舗ではほぼ9割に上る。
同年のパルマ通貨の一日平均流動額は、3万6,000パルマ(約1万8,000ドル)

10. マイクロ保険の販売



パルマス銀行は、スイスのチューリッヒ保険ブラジル法人との合併事業として、低所得者層向けの生命保険商品を開発した。

一口が月々2.5リアル(約1.5ドル)の超低価格で、これは、ブラジルの通常の生命保険より10倍以上低い金額となっている。

2010年9月から、この「パルマス・マイクログ保険」の販売を始めており、現在は450の加入者がいる。

売上げの3割がパルマス銀行に入る仕組みで、被保険者が死亡した場合、葬儀代と遺族への3,000リアル(約1,807ドル)が支払われる他、連邦貯蓄銀行が行う現金が当たる抽選に自動的に参加できる。

11. 「パルマス・ファッション」(縫製)



(筆者撮影)

12. 「パルマス・トゥール」(簡易宿泊施設)とコミュニティの団結を高めるサンバ楽団



(筆者撮影)

13. パルマス・インスティテュート

- ・パルマス銀行やコミュニティ・バンクの資金運営・管理。

- ・Palmasの紙幣は州内の3カ所で特別な事業者が印刷を請け負っている。

- ・ブラジル国内では、パルマス銀行の経験や支援により、52のコミュニティ・バンクが存在する。

14. 課題

①地域通貨を継続するかどうか。発行コスト(紙、印刷代)が高く、コスト負担が重荷。

大きな経済効果が期待できないなどの理由で存続が危ぶまれている。存続か廃止かの議論をしているところ。

②地域内には生産技術がない。製造業が育っていない。技術移転をしてくれる企業を探している。大企業は技術移転をすべきである。



(筆者撮影)

〔禁無断転載〕

開発途上国のコミュニティビジネス開発と日本の対応
平成 27 年度（一財）貿易・産業協力振興財団 助成事業
発行日 平成 28 年 2 月

編集発行 一般財団法人国際貿易投資研究所（ITI）
〒104-0045 東京都中央区築地 1 丁目 4 番 5 号 第 37 興和ビル 3 階
TEL : (03) 5148-2601 FAX : (03) 5148-2677

Home Page : <http://www.iti.or.jp>
